DIREITO DO CONSUMIDOR EM TÓPICOS
TASSIA TEIXEIRA DE FREITAS BIANCO ERBANO CAVALLI
Atena
Editora
Ano 2023

DIREITO DO CONSUMIDOR EM TÓPICOS

TASSIA TEIXEIRA DE FREITAS BIANCO ERBANO CAVALLI

Ano 2023

CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS APLICADAS

Direito do consumidor em tópicos

Diagramação: Ellen Andressa Kubisty
Correção: Maiara Ferreira
Indexação: Amanda Kelly da Costa Veiga
Revisão: Ariê Scherreier Ferneda
Autora: Tassia Teixeira de Freitas Bianco Erbano Cavalli

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

C377 Cavalli, Tassia Teixeira de Freitas Bianco Erbano
Direito do consumidor em tópicos / Tassia Teixeira de Freitas Bianco Erbano Cavalli. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2023.

Formato: PDF
Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader
Modo de acesso: World Wide Web
Inclui bibliografia
ISBN 978-65-258-1803-0
DOI: https://doi.org/10.22533/at.ed.030230510

1. Defesa do consumidor - Legislação - Brasil. I. Cavalli, Tassia Teixeira de Freitas Bianco Erbano. II. Título.
CDD 342.81085

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná – Brasil
Telefone: +55 (42) 3323-5493
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

DECLARAÇÃO DA AUTORA

A autora desta obra: 1. Atesta não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao conteúdo publicado; 2. Declara que participou ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certifica que o texto publicado está completamente isento de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirma a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhece ter informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autoriza a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.

CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS APLICADAS

DECLARAÇÃO DA EDITORA

SUMÁRIO

CAPÍTULO I - PRESSUPOSTOS FUNDAMENTAIS DA DEFESA DO CONSUMIDOR 1

CAPÍTULO II - RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO 3

CAPÍTULO III - PRINCÍPIOS DO CDC E OS DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR 7

CAPÍTULO IV - RESPONSABILIDADE PELO FATO E VÍCIO DO PRODUTO E DO SERVIÇO 22

CAPÍTULO V - OFERTA E PUBLICIDADE 32

CAPÍTULO VI - PRÁTICAS ABUSIVAS 38

CAPÍTULO VII - PROTEÇÃO CONTRATUAL E CLÁUSULAS ABUSIVAS 45

CAPÍTULO VIII - BANCO DE DADOS E CADASTROS DOS CONSUMIDORES 53

CAPÍTULO IX - SISTEMA NACIONAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS 56

CAPÍTULO X - SANÇÕES PENAIS 60

CAPÍTULO XI - DEFESA DO CONSUMIDOR EM JUÍZO 68

REFERÊNCIAS 73

PRESSUPOSTOS FUNDAMENTAIS DA DEFESA DO CONSUMIDOR

O Direito do Consumidor é uma disciplina transversal entre o direito privado e o direito público que tem por finalidade proteger, assegurar as garantias e direitos individuais e coletivos dos consumidores – em suas relações jurídicas firmadas com fornecedores, empresários ou comerciantes.

A Constituição da República de 1988 reconheceu a proteção do novo sujeito de direitos (o consumidor) e previu a sua proteção junto ao art. 5º, XXXII – como direito fundamental – e ao art. 170, V – como princípio da ordem econômica nacional. Com o advento da Constituição e o disposto no art. 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, foi publicado, em 1990, o Código de Defesa do Consumidor (Lei n. 8.078). A defesa do consumidor está assim sistematizada: a) Dignidade da Pessoa Humana (CF/88, art. 1º, III); b) Promoção pelo Estado da defesa do consumidor (CF/88, art. 5º, XXXII); c) Princípios Gerais da Atividade Econômica (CF/88, art. 170), em especial o princípio da defesa do consumidor nas atividades econômicas (CF/88, art. 170, V); d) Direito à Informação (CF/88, art. 5º, XIV); e e) Justiça Social.

Como uma de suas notáveis características, o CDC reconhece a fragilidade do consumidor no mercado, admitindo sua inegável vulnerabilidade (art. 4º, I), tendo em conta que o consumidor não tem acesso aos meios de produção. É uma norma de ordem pública, de interesse social, geral e principiológica. Trata-se, em suma, de uma lei ordinária de função social com origem constitucional.

Por sua vez, a competência para legislar sobre a produção, industrialização, distribuição e consumo de produtos e serviços é concorrente entre a União, os Estados e o Distrito Federal. Já a fiscalização e controle da produção, industrialização, distribuição e publicidade de produtos e serviços, bem como do próprio mercado de consumo é feita pela União, pelos Estados, Distrito Federal e os Municípios, que devem manter comissões permanentes para elaboração, revisão e atualização de normas, com a participação obrigatória dos consumidores e fornecedores nesse processo (art. 55, §1º e §3º).

Ademais, é possível aplicar as regras do CC/02 nas relações consumeristas naquilo que não seja incompatível com o CDC, de modo complementar. Abaixo são apontadas algumas relações entre o CC e o CDC.

a. **Relação entre os sujeitos**:

CC: Igualdade de condições. Autonomia privada: liberdade de contratar em razão e nos limites da função social do contrato (CC, art. 421).

CDC: Vulnerabilidade (art. 4º, I).

b. **Vontade das Partes:**

CC: Pacta Sunt Servanda. Preserva-se a autonomia da vontade e a liberdade de contratar. Segundo a regra antiga, havia obrigatoriedade de cumprimento dos pactos firmados entre as partes. Hoje, os contratos devem ser cumpridos, desde que não se lese direito de quem quer que seja.

CDC: Proteção ao consumidor (art. 1º). Norma de ordem pública e interesse social, impondo-se, assim, a relativização da autonomia da vontade, sendo considerada cláusulas abusivas (art. 51 CDC) aquelas que exonerem o fornecedor de responsabilidade quando existente um vício, ou ainda que impliquem em renúncia de direito ou que estejam em desacordo com o sistema de proteção ao consumidor (art. 51, XV).

c. **Oferta:**

CC: A oferta ao público equivale à proposta, podendo ser revogada (CC, art. 429, caput e parágrafo único).

CDC: Toda oferta vincula o fornecedor (art. 30).

d. **Solidariedade:**

CC: Decorrente de lei ou vontade das partes (CC, art. 265).

CDC: Sempre que existir mais de um responsável pelo dano, todos responderão solidariamente pela reparação (art. 25, § 1º), inclusive fabricantes, importadores, construtores e aquele que realizou a incorporação (art. 25, § 2º).

e. **Responsabilidade:**

CC: Vigora a responsabilidade subjetiva, baseada na culpa (negligência, imperícia ou imprudência), devendo-se demonstrar conduta (ação ou omissão), nexo de causalidade e dano. A responsabilidade objetiva é exceção.

CDC: A responsabilidade pelos vícios é objetiva, independente de culpa do fornecedor (arts. 12 e 14) devendo-se apenas demonstrar nexo de causalidade e dano. A responsabilidade subjetiva é exceção.

Nada obstante, o CDC apresenta um conjunto sistemático de normas que tem por finalidade a proteção de um grupo específico de indivíduos: os consumidores. Nesse sentido, o presente livro objetiva apresentar as ideias bases do CDC, desde a formação da relação jurídica e seus sujeitos ao ingresso de demandas judiciais ou administrativas em caso de descumprimentos das normas referentes à proteção do consumidor.

RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO

A relação jurídica de consumo possui três elementos, a saber:

a. Subjetivo: partes (consumidor e fornecedor);

b. Objetivo: objeto (produto ou serviço);

c. Finalístico: consumidor deve adquirir ou utilizar o produto ou serviço como destinatário final.

A relação pode ser EFETIVA ou PRESUMIDA, sendo:

a. Efetiva: compra de produtos e serviços (consumidor/ fornecedor);

b. Presumida: oferta ou simples publicidade inserida no mercado de consumo.

- **Consumidor**

O conceito de consumidor está previsto no art. 2º do CDC, sendo **toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final**. Além disso, equiparam-se ao consumidor:

a. **Coletividade de pessoas**, ainda que indetermináveis.

Os preceitos do CDC podem ser violados sem que exista uma relação de consumo presumida, como é o caso de publicidade enganosa/abusiva. Basta, apenas, a vinculação para configurar relação de consumo e aplicação do CDC. Observa-se, pelo entendimento do STJ, que as pessoas devem, ao menos, ser potenciais consumidores.

Por exemplo: um comercial que induz consumidores a se comportarem de forma prejudicial a sua saúde. Nesse caso, uma coletividade de pessoas é atingida.

b. **Vítima do evento** (consumidor por equiparação). Isto é, aquele que sofrer danos diante de um fato do produto ou serviço, ainda que não tenham participado da compra, ou que não seja destinatário final, será equiparado ao consumidor.

Por exemplo: consumidor que adquire um botijão de gás e, ao utilizá-lo, há uma explosão, destruindo sua residência, atingindo também a residência de seu vizinho. Nesse caso, o vizinho é equiparado ao consumidor por ser uma vítima do evento.

c. **Exposição às práticas comerciais**: conforme artigo 29 do CDC, não se trata de uma equiparação eventual, mas tem a finalidade de reprimir abusos. Uma vez existindo qualquer prática comercial, toda coletividade de pessoas, determináveis ou não, já está exposta, ainda que não se possa identificar um consumidor. A regra do artigo 29 é uma potencialidade

Por exemplo: fornecedor que coloca no mercado de consumo produtos em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos especiais. Mesmo pessoas que não

são consumidoras efetivas, poderão utilizar o CDC e suas normas para combater a prática abusiva.

- **Destinatário final**

Para definir se será aplicado o CDC na relação jurídica deve ser analisado: I) se o produto ou serviço foi retirado do mercado (elemento objetivo) e II) se foi adquirido para utilizá-lo com o fim de lucro ou pessoal (elemento subjetivo).

Existem 03 correntes na doutrina para identificar quem é o destinatário final:

a) **Finalista (minimalista ou subjetiva)**: para esta teoria, o consumidor é aquele que retira definitivamente de circulação o produto ou serviço do mercado. A pessoa física ou jurídica só será consumidora quando o produto ou serviço adquirido não tenha qualquer conexão (direta ou indireta) com a atividade econômica. Por exemplo: advogado que adquire *notebook* para seu escritório não será considerado, segundo a teoria finalista, consumidor, pois elaborará as petições de seus clientes, não se tratando de uso próprio ou para sua família.

b) **Maximalista**: apresenta uma interpretação abrangente, ou seja, todo aquele que tirou o bem do mercado de consumo é consumidor. Pouco importa se o bem foi adquirido para sua empresa/profissão ou uso pessoal. A exceção feita se refere ao caso de matéria prima para produção, hipótese na qual o comprador não será considerado consumidor. Por exemplo: para esta teoria, o advogado que adquire *notebook* será considerado consumidor, pois retirou o produto do mercado, protegendo assim o consumidor profissional.

c) **Finalista aprofundada (temperada)**: **é** consumidor aquele que retira do mercado de consumo produtos ou serviços para uso próprio, no entanto, pode ser, dependendo do caso, considerado destinatário final o consumidor profissional, pessoa física ou jurídica, que adquire o produto, desde que tal ato não esteja ligado **à** sua atividade fim, mas se trate de um produto que foge de seus conhecimentos. Por exemplo: o advogado que retira do mercado de consumo um *notebook* para suas atividades profissionais poderá ser considerado consumidor, tendo reconhecida sua vulnerabilidade, posto que se trata de um produto que não se relaciona com suas especialidades.

- **Posicionamento do STJ**

Para o STJ a palavra-chave é ‘vulnerabilidade’. Percebe-se, desse modo, a tendência para aplicação da corrente finalista aprofundada, com análise da vulnerabilidade do consumidor para o enquadramento da relação de consumo.

JURISPRUDÊNCIA

Ressalvadas as hipóteses em que constatada a vulnerabilidade *in concreto* da pessoa física ou jurídica (**teoria finalista aprofundada**), 'para que o consumidor seja considerado destinatário econômico final, o produto ou serviço adquirido ou utilizado não pode guardar qualquer conexão, direta ou indireta, com a atividade econômica por ele desenvolvida; o produto ou serviço deve ser utilizado para o atendimento de uma necessidade própria, pessoal do consumidor'.

STJ – AgInt no AREsp 465974 / SP, Relator: Ministro MARCO BUZZI, Quarta Turma. Julgado em: 08/02/2018.

JURISPRUDÊNCIA

[...] A jurisprudência desta Corte tem mitigado os rigores da teoria finalista para autorizar a incidência do Código de Defesa do Consumidor nas hipóteses em que a parte (pessoa física ou jurídica), embora não seja tecnicamente a destinatária final do produto ou serviço, se apresenta em situação de vulnerabilidade. [...]

STJ – AgRg no REsp 1149195 / PR, Relator: Ministro SIDNEI BENETI, Terceira Turma. Julgado em: 25/06/2013.

- **Fornecedor (artigo 3º do CDC)**

Considera-se fornecedor, como gênero, a pessoa física ou jurídica, nacional ou estrangeira, de direito público ou privado, que atua na cadeia produtiva. São espécies de fornecedor: produtor, montador, criador, construtor, importador, exportador, distribuidor, comerciante ou que faça transformações de produtos e serviços com o requisito fundamental da habitualidade (exercício contínuo da atividade) e mediante remuneração. São, também, fornecedores os entes despersonalizados: massa falida, espólio de comerciante individual e pessoas jurídicas de fato (exemplo: camelô). Também são considerados como fornecedores as sociedades sem fins lucrativos. Assim, se houver desempenho de atividade no mercado de consumo sob qualquer tipo de remuneração incide o CDC.

Para ser fornecedor, observam-se requisitos objetivos (atividade habitual mediante qualquer tipo de remuneração), independentemente do tipo da natureza jurídica e do tipo de serviços que presta, ainda que de caráter beneficente.

- **Produto, serviço e remuneração**

Produto: qualquer bem móvel ou imóvel, material ou imaterial, corpóreo ou incorpóreo suscetível de apropriação que tenha valor econômico, destinado a satisfazer uma necessidade do consumidor.

Serviço: é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante

remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista. Assim, a atividade que tenha habitualidade, onerosidade, pessoalidade e subordinação não se enquadra no CDC.

Remuneração: serviço gratuito não está protegido pelo CDC. Se tiver remuneração direta ou indireta, aplica-se o CDC. Exemplo de remuneração indireta: estacionamento gratuito, cafezinho, entre outros.

- **Relações de locação de imóvel**

O posicionamento majoritário da doutrina é no sentido de que não se aplica o CDC nas relações de locação de imóveis por existir lei específica e posterior ao CDC, portanto, aplica-se a Lei 8.245/91.

JURISPRUDÊNCIA
[...] a relação de consumo é definida pelo CDC, que traz o conceito de consumidor e de fornecedor. A leitura do artigo 3º do CDC nos permite afirmar que o locador não se enquadra no conceito de fornecedor e, portanto, não haveria uma relação de consumo na locação. O locador não realiza quaisquer das atividades descritas pelo referido dispositivo e que poderia caracterizá-lo como fornecedor.
É pacífico na jurisprudência desta Corte superior que as relações locatícias são regidas pela lei 8.245/91, ‹in cause›, especificamente, no art. 48 da lei do inquilinato, portanto, não há aplicação das normas previstas no diploma consumerista.
STJ – AgInt no AREsp 964738 / BA, Relator: Ministro MARCO BUZZI, Quarta Turma. Julgado em: 07/06/2021.

- **Serviços Públicos**

O Poder Público será considerado fornecedor quando atuar no mercado de consumo, inclusive por seus concessionários, sendo remunerado por tarifas ou preços públicos, excluindo-se os tributos (taxas, contribuição de melhoria). O código de Defesa no Consumidor incide sempre que presentes na relação um fornecedor e um consumidor, seja esse fornecedor do produto ou serviço público ou privado. Esta relação, por sua vez, será estudada em capítulo próprio.

PRINCÍPIOS DO CDC E OS DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR

POLÍTICA NACIONAL DAS RELAÇÕES DE CONSUMO

PNRC é um conjunto de instrumentos colocados à disposição dos consumidores a fim de que haja uma efetiva prevenção de danos e a reparação de danos causados aos consumidores. É a garantia do consumidor vulnerável aos abusos, assegurando, dessa forma, a justiça contratual, harmonizando interesses e valores.

PRINCÍPIOS ESPECÍFICOS DO CDC

O CDC estabelece uma série de princípios próprios que devem nortear as relações de consumo, os quais são comentados na sequência. Ressalte-se que esses princípios não descartam outros previstos ordenamento jurídico, como é o caso do princípio constitucional da dignidade da pessoa humana. Os princípios, nesse sentido, devem auxiliar a defesa do consumidor por meio das alternativas previstas no CDC, evitando que desigualdades ocorram entre as partes da relação de consumo.

Os princípios são:

- **Princípio da Vulnerabilidade**

O reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo está previsto junto ao art. 4º, I, do CDC e consiste em um dos princípios da Política Nacional das Relações de Consumo.

A vulnerabilidade não é uma comparação entre os sujeitos da relação. Trata-se de uma característica de todo consumidor, que é a parte mais vulnerável da relação, seja social ou economicamente. A vulnerabilidade da pessoa física consumidora é presumida (ou seja, absoluta), já a da pessoa jurídica deve ser verificada no caso concreto.

Destaca-se a relevância da vulnerabilidade, uma vez que consiste em um fator determinante para a caracterização do consumidor e a consequente aplicação do regime jurídico do Código de Defesa do Consumidor.

A vulnerabilidade, portanto, é o princípio que deve nortear toda a interpretação na aplicação das normas do regime jurídico especial previsto pelo Código de Defesa do Consumidor.

EXEMPLO

STF – Ação Direta de Inconstitucionalidade 6727 / PR

Relatora: Ministra Cármen Lúcia

Julgado em: 12/05/2021

Ação Direta de Inconstitucionalidade em que a Confederação Nacional do Sistema Financeiro questionou a Lei n. 20.276/2020 do Paraná, a qual proíbe que instituições financeiras, correspondentes bancários e sociedades de arrendamento mercantil são proibidos de realizar oferta publicitária a aposentados e pensionistas para a contratação de empréstimos.

A justificativa da lei destaca que a **vulnerabilidade do consumidor**, especialmente o idoso, em situações de contratação de empréstimos consignados por telefone, sendo que já que se torna impossível ofertar a transparência às cláusulas que podem gerar prejuízo ao consumidor.

Ademais, pela lei, reforça-se a proteção a consumidores em situação de especial **vulnerabilidade econômica e social**: aposentados e pensionistas.

A ADI foi julgada improcedente.

JURISPRUDÊNCIA

Direito do Consumidor. Recurso especial. Conceito de consumidor. Critério subjetivo ou finalista. Mitigação. Pessoa Jurídica. Excepcionalidade. Vulnerabilidade. Constatação na hipótese dos autos. Prática abusiva. Oferta inadequada. Característica, quantidade e composição do produto. Equiparação (art. 29). Decadência. Inexistência. Relação jurídica sob a premissa de tratos sucessivos. Renovação do compromisso. Vício oculto. – **A relação jurídica qualificada por ser “de consumo” não se caracteriza pela presença de pessoa física ou jurídica em seus polos, mas pela presença de uma parte vulnerável de um lado (consumidor), e de um fornecedor, de outro**. – Mesmo nas relações entre pessoas jurídicas, se da análise da hipótese concreta decorrer inegável vulnerabilidade entre a pessoa-jurídica consumidora e a fornecedora, deve-se aplicar o CDC na busca do equilíbrio entre as partes. Ao consagrar o critério finalista para interpretação do conceito de consumidor, a jurisprudência deste STJ também reconhece a necessidade de, em situações específicas, abrandar o rigor do critério subjetivo do conceito de consumidor, para admitir a aplicabilidade do CDC nas relações entre fornecedores e consumidores-empresários em que fique evidenciada a relação de consumo. – São equiparáveis a consumidor todas as pessoas, determináveis ou não, expostas às práticas comerciais abusivas. – Não se conhece de matéria levantada em sede de embargos de declaração, fora dos limites da lide (inovação recursal). Recurso especial não conhecido.

STJ – Recurso Especial 476428 / SC, 2002/0145624-5. Relatora: Ministra NANCY ANDRIGHI. T3 – Terceira Turma. Julgado em: 19/04/2005.

A vulnerabilidade pode assumir quatro aspectos: vulnerabilidade técnica; vulnerabilidade jurídica; vulnerabilidade fática e vulnerabilidade informacional.

✓ Vulnerabilidade técnica: ausência de conhecimento específico acerca do produto ou serviço;

✓ Vulnerabilidade jurídica: falta de conhecimento jurídico, contábil ou econômico e de seus reflexos na relação de consumo;

✓ Vulnerabilidade fática: situações que colocam o adquirente do produto ou serviço em desigualdade frente ao fornecedor

✓ Vulnerabilidade informacional: ausência ou complexidade da informação que compromete o entendimento do consumidor.

- **Consumidor hipossuficiente**

A hipossuficiência é uma constatação diante da comparação entre o fornecedor e o consumidor. Nesses termos, em regra, conclui-se que o consumidor possui condições técnicas, jurídicas, psíquicas ou financeiras desfavoráveis, se comparadas com o fornecedor. Assim, ante a hipossuficiência, é cabível a inversão do ônus da prova, conforme será estudado adiante.

SITUAÇÃO HIPOTÉTICA – CONTRATO DE FRANQUIA E A APLICAÇÃO DO CDC

Maria se tornou franqueada de uma grande empresa de sorvetes.

Maria recebeu o seu quiosque de sorvetes com diversos problemas: sem geladeira, com fiações velhas dando “curto-circuito”, freezer em mal funcionamento. Sendo assim, realizou todos os reparos para poder trabalhar e pagou tudo do próprio bolso.

Em nenhum momento Maria recebeu auxílio da franqueadora. Após arcar com todas as despesas e prejuízos, Maria requereu a anulação do contrato de franquia ou a rescisão por culpa da ré, com a devolução da taxa de franquia, em razão da inveracidade de informações que julgava obrigatórias e pela falta de treinamento para o sucesso do empreendimento, sustentando a sua hipossuficiência. Invocou, para isso, o CDC.

Nesse caso, o CDC é aplicável?

Destaca-se que, considerando a situação hipotética apresentada, tanto o franqueado quanto o franqueador são empresários, **presumindo-se que tenham conhecimento da ética empresarial**.

Nesse caso, **não há hipossuficiência em contratos assinados entre empresários**, presumindo-se ciência e experiência daquele que assume a responsabilidade de administrar uma unidade franqueada.

É o que entende o STJ:
O contrato de franquia, por sua natureza, não está sujeito ao âmbito de incidência da Lei n. 8.078/1990, eis que o franqueado não é consumidor de produtos ou serviços da franqueadora, mas aquele que os comercializa junto a terceiros, estes sim, os destinatários finais. (STJ – REsp. 632958/AL. Relator: Ministro LUIS FELIPE SALOMÃO. T4 – Quarta Turma. Julgado em: 04/03/2010).
A própria lei de franquias (n. 13.966/2019) prevê, em seu art. 1º, que o sistema de franquia empresarial não caracteriza relação de consumo ou vínculo empregatício em relação ao franqueado ou a seus empregados.
Portanto, não há hipossuficiência e não se aplica, no caso, o CDC.

- **Princípio da Confiança**

A partir do princípio da confiança no CDC se reconhece a fragilidade dos consumidores frente ao mercado. Isso porque eles não possuem acesso aos meios de produção e precisam, dessa forma, confiar que os produtos e serviços atendam a padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

- **Princípio da Informação**

A informação é a chave para a liberdade de escolha dos consumidores que, munidos de conhecimento sobre os produtos e serviços, podem comprar com consciência. Esse princípio está ligado aos princípios da boa-fé e transparência, pois, os fornecedores de produtos ou serviços, os quais têm o dever de informar, devem prestar informações claras e precisas, a fim de não gerar dúvidas para o consumidor.

MATERIAL COMPLEMENTAR
O dever de informação é uma obrigação que se estende ao comércio eletrônico. Para aprofundar na temática, consulte o material a seguir.
FERREIRA, Ana Amelia Menna Barreto de Casto. Proteção do consumidor no comércio eletrônico sob a ótica da teoria da confiança. **Revista da EMERJ**, v. 11, n. 42, 2008. Disponível em: https://www.emerj.tjrj.jus.br/revistaemerj_online/edicoes/revista42/Revista42_160.pdf.
Ademais, no comércio eletrônico podem existir padrões de design maliciosos – os quais são muito comuns – que prejudicam a autodeterminação do consumidor. Para aprofundar na temática, consulte o material a seguir.
VARGAS, Mariana. Dark Patterns nas aplicações que usamos todos os dias. **Medium**. 29/07/2021. Disponível em: https://brasil.uxdesign.cc/dark-patterns-nas-aplicacoes-que-usamos-todos-os-dias-f7a17f3afd85.

- **Princípio da garantia de adequação**

O princípio da garantia de adequação estipula que o fornecedor de bens e serviços deverá ser o responsável pela sua adequação. Em outras palavras, o produto ou o serviço deve estar adequado ao fim a que se destina.

O QUE O CDC PREVÊ: Art. 24. A garantia legal de adequação do produto ou serviço independe de termo expresso, vedada a exoneração contratual do fornecedor.

- **Princípio do acesso** à **justiça**

O CDC visa facilitar a defesa do consumidor, com alguns instrumentos processuais capazes de garantir não apenas o acesso à justiça, com o ingresso da ação, mas por meio de alternativas processuais que auxiliam o consumidor. Um exemplo é a inversão do ônus da prova, diante da hipossuficiência ou verossimilhança das alegações.

Importante destacar que não se trata apenas do acesso ao Poder Judiciário, mas também das vias administrativas realizadas por órgãos, como a defensoria pública, bem como *recall* (comum em casos de produção em série, em que o fabricante, após a venda dos produtos, constata um problema e 'chama de volta' os consumidores para sanar o problema, assim, o fornecedor é obrigado a encontrar o consumidor para sanar o vício do produto).

- **Princípio da Boa-Fé**

O reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor nas relações de consumo deve sempre almejar o desejável equilíbrio da relação estabelecida entre o consumidor e o fornecedor. A boa-fé, nesse sentido, consiste na adoção de um comportamento leal de ambas as partes da relação de consumo, bem como de cooperação. O princípio em estudo permeia até mesmo a inversão do ônus da prova:

JURISPRUDÊNCIA [...] Nas condições do mercado de consumo massificado, impor ao consumidor prova de dolo ou culpa corresponde a castigá-lo com ônus incompatível com os princípios da vulnerabilidade e da boa-fé objetiva, legitimando, ao contrário dos cânones do microssistema, verdadeira prova diabólica, o que contraria frontalmente a filosofia e ratio eticossocial do CDC. [...]

[...] por força de lei, o consumidor é reconhecidamente a parte vulnerável na relação de consumo (art. 4º, I, do CDC) e que **a defesa do consumidor deve ter como princípio a 'harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica, com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores'** (art. 4º, III, do CDC).
STJ – EAREsp 600663 / RS, Relatora: Ministra MARIA THEREZA DE ASSIS MOURA, Corte Especial. Julgado em: 21/10/2020.

- **Princípio do dever governamental**

Também conhecido como princípio da intervenção estatal, referido princípio diz respeito ao crescimento da tutela dada ao consumidor, seja por criação de órgãos de defesa, seja por meio de entidades reguladoras, delegacias, juizados especiais, ou ainda por regulamentações administrativas.

O QUE O CDC PREVÊ:
Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:
[...]
II – ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:
a) por iniciativa direta;
b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;
c) pela presença do Estado no mercado de consumo;
d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho. [...]
VI – coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;
VII – racionalização e melhoria dos serviços públicos; [...]

DIREITOS DO CONSUMIDOR

Os direitos do consumidor estão arrolados no artigo 6º do CDC e são especificados a seguir.

- **Proteção da vida, saúde e segurança**

Este direito deve ser entendido da forma mais ampla possível, abrangendo a pessoa e o patrimônio do consumidor, bem como os terceiros envolvidos. É um dos mais importantes direitos tendo em vista que a sociedade, hoje, é caracterizada como de riscos. Isso porque muitos produtos e serviços são perigosos. Nesse sentido, a proteção da vida, da saúde e da segurança tem por finalidade garantir a integridade física de todos os consumidores, seja por responsabilidade contratual ou extracontratual, devendo a cadeia inteira de produção assegurar que tais direitos não sejam violados, além de garantir que o mercado de consumo tenha produtos e serviços com a qualidade esperada, sem quebrar a confiança que o consumidor possui nos fornecedores.

- **Educação**

Para que o cidadão possa exercer sua manifestação de vontade sem vícios ou incorrer em erros, o legislador se preocupou com o direito à educação para dotar o consumidor de espírito crítico adequado para enfrentar as técnicas de venda e as práticas de mercado. Fala-se em educação formal, que é aquela oferecida nas escolas, e informal, sendo aquela advinda das experiências vividas e trocadas entre os consumidores.

Incluem-se nessa educação os conhecimentos sobre princípios básicos de economia, habilitando a população a uma escolha prudente de bens e serviços. Neste sentido, a educação deve ser entendida de forma ampla, dentro e fora do ensino formal.

- **Informação**

O direito à informação se estende ao momento anterior a contratação e se prolonga mesmo após a execução do contrato. Esta informação se origina do Estado, das associações dos consumidores e dos próprios fornecedores e deve permitir uma análise comparativa entre produtos e serviços concorrentes, bem como do próprio produto e seus riscos.

Além deste direito proclamado no art. 6º, o CDC regula a informação como oferta (arts. 30 e 31) e institui deveres de informação para depois da contratação (art. 10), ou seja, assim que o fornecedor souber da periculosidade do produto, deverá informar os consumidores, garantindo a transpárência nas relações de consumo.

Além disso, o dever de informação possui íntima relação com o princípio da boa-fé:

JURISPRUDÊNCIA
O dever de informação constitui um dos princípios consectários lógicos do princípio da boa-fé objetiva, positivado tanto no Código Civil de 2002 (art. 422), como no Código de Defesa do Consumidor (art. 4º, III), consubstanciando os deveres de probidade, lealdade e cooperação, que deve pautar não apenas as relações de consumo, mas todas as relações negociais.
STJ – REsp 1599511 / SP, Relator: Ministro PAULO DE TARSO SANSEVERINO, Segunda Seção. Julgado em: 24/08/2016.

- **Proteção contra práticas e cláusulas abusivas**

É vedado o exercício de práticas e cláusulas abusivas em face do consumidor, conforme legislação consumerista, sobretudo nas hipóteses previstas no art. 39 do CDC, que serão detalhadas em capítulo específico. Além disso, o art. 51 do Código prevê que são nulas de pleno direito as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços nas hipóteses que serão tratadas em capítulo próprio.

Considera-se, portanto, abusiva a conduta do fornecedor que se vale de vulnerabilidades específicas do consumidor para impor quaisquer das ações elencadas no art. 39 do CDC. Trata-se de proteção conferida aos hipervulneráveis/hipossuficientes, ou seja, àqueles que apresentam maior fragilidade em função da idade, saúde, condição social ou conhecimento.

Em outras palavras, é vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas, prevalecer-se da fraqueza (hipossuficiência) ou ignorância (vulnerabilidade) do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social.

Nesse sentido, a proteção contra práticas abusivas, assim como o direito à informação, é direito básico do consumidor, cuja manifesta vulnerabilidade (técnica e informacional) impõe a defesa da qualidade do seu consentimento, bem como a vedação da ofensa ao equilíbrio contratual. Igualmente, é o que entende o TJDFT:

JURISPRUDÊNCIA

APELAÇÃO CÍVEL. DIREITO DO CONSUMIDOR. SERVIÇO DE TELEFONIA. INTERNET MÓVEL. MODALIDADE AVULSA. FALHA DO FORNECEDOR NO DEVER DE INFORMAÇÃO. DÍVIDA INEXISTENTE. INSCRIÇÃO INDEVIDA EM ÓRGÃO DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO. OCORRÊNCIA DE DANO MORAL. QUANTUM INDENIZATÓRIO MANTIDO EM OBSERVÂNCIA AOS PRINCÍPIOS DA RAZOABILIDADE E PROPORCIONALIDADE. RECURSO CONHECIDO E DESPROVIDO. 1. Deve a fornecedora de serviços de telefonia alertar a consumidora sobre o excessivo consumo, a fim de preservar a boa-fé e o equilíbrio contratual. No presente caso é evidente a vulnerabilidade e hipossuficiência do consumidor, uma vez que uma cobrança de R$ 4.000,00 (fatura de agosto/2014) não pode ser suportada com facilidade por um cidadão assalariado, como é o caso da autora, quanto mais uma fatura de R$ 48.732,74 (fatura de setembro/2014), a qual não pode ser suportada por quase ninguém em nossa sociedade. 2. Assim, em respeito à legislação consumerista, **em atenção aos princípios da dignidade e proteção dos interesses econômicos do consumidor (art. 4º do CDC), deveria a empresa ré ter prestado informação, inclusive preventiva, a fim de impedir que a autora desviasse tanto de seu padrão de consumo**, haja vista que tamanha discrepância só pode ocorrer quando há fraude ou quando o consumidor age sem ter consciência da forma como está consumindo. 3. Portanto, **caberia sim ao apelante/fornecedor informar ao consumidor sobre o excesso e discrepância na utilização dos dados, informando de forma preventiva que o consumo estava muito acima da média dos meses anteriores**. Não há nos autos prova de que o consumidor foi informado sobre a diferença das formas de acesso à internet no seu celular (acesso avulto ou por pacote de dados), em clara ofensa ao inciso III do art. 6º do CDC. **Mesmo se tal informação tivesse sido prestada, ainda caberia ao apelante zelar para que as faturas não apresentassem valor tão elevado, prevenindo a ocorrência de danos patrimoniais ao consumidor, o que não foi feito pelo fornecedor**, em contrariedade ao inciso VI do art. 6º do CDC. 4. Em decorrência da abusividade das cobranças, tem-se que a negativação do nome da consumidora, e sua inscrição nos cadastros de inadimplentes, foi feita de forma indevida, pois os débitos são ilegítimos, por decorrerem de serviço prestado sem a observância da norma consumerista (dever de informação e prevenção dos prejuízos materiais do consumidor).

TJDFT – Acórdão 1050481, 20150111132520APC. Relator: ROBSON BARBOSA DE AZEVEDO. 5ª Turma Cível. Julgado em: 20/09/2017.

- **Prevenção e reparação de danos**

O referido direito assegura a reparação daqueles que experimentaram o dano, seja patrimonial, moral, individual ou coletivo. Ao falar de reparação de danos, importante

salientar que é possível cumular o dano moral, material e estético ainda que relacionados ao mesmo fato que atingiu o consumidor, conforme Súmula 387 do STJ: "É lícita a cumulação das indenizações de dano estético e dano moral"; e Súmula 37 do STJ: "É lícita a cumulação das indenizações de dano estético e dano moral".

Quando se fala de prevenção, deve-se ter em mente que as empresas fornecedoras de produtos e serviços devem pesquisar e se certificar da qualidade e características do produto ou serviço antes de colocá-los no mercado. Exemplo de prevenção é a existência de SACs (serviços de atendimento aos consumidores) e práticas de *recall*, em que o próprio fabricante chama os consumidores para efetuarem a troca de produtos defeituosos evitando maiores danos.

Para repreender e punir os abusos, prevenindo-os, tem-se a possibilidade de sanção administrativa, punições penais e civis, as quais serão abordadas em capítulo próprio. Por sua vez, com relação ao SAC e ao recall, destaque-se:

- **SACs**

Decreto 6.523/08 (fundamentado no art. 24 da CF/88): É destinado aos fornecedores de serviços regulados pelo Poder Público Federal, por meio de agências (ANATEL, ANEEL, ANS) ou autarquias (Banco Central), como serviços de telefonia e serviços bancários.

O seu objetivo é oferecer ao consumidor acesso fácil e claro sobre informações com ligações gratuitas sem qualquer ônus. A prestação do serviço se dá de modo ininterrupto, 24 horas por dia, todos os dias da semana. Devem-se observar regras de acessibilidade.

É obrigatória a gravação da conversa e manutenção do áudio por 90 dias. O registro da ligação deverá constar por 2 anos após solução da demanda. O cancelamento do serviço, por sua vez, terá efeito imediato e será encaminhado o comprovante via e-mail ou correspondência, sob pena de sanções administrativas.

- ***Recall***

Os consumidores que adquiriram bens sobre os quais tenha sido constatado algum vício (dano intrínseco ao bem) após a venda são chamados novamente para reparar o vício ou trocar o produto, de modo a evitar um fato do produto/serviço que poderia causar danos extrínsecos ao produto, atingindo a integridade física, moral e/ou patrimonial do consumidor.

O fornecedor busca o consumidor e sana o vício. Se não achar os consumidores, responde por danos independente de ter feito o *recall* e o consumidor não ter comparecido. Ele (fornecedor) responde integralmente pelo dano experimentado.

- **Acesso à justiça e facilitação da defesa de direitos**

O direito de acesso à justiça significa proporcionar ao consumidor um serviço ágil e eficaz para responder objetiva e rapidamente às suas dúvidas. Já o direito de representação em juízo pode ocorrer por meio de um advogado ou ainda das defensorias públicas. Quando se tratar da defesa coletiva de direitos, pode-se também incluir as associações de consumidores e o Ministério Público.

- **Inversão do ônus da prova**

Sabe-se que, em regra, o ônus da prova compete ao autor, quanto ao fato constitutivo do seu direito, enquanto ao réu a tarefa é a de provar o fato impeditivo, modificativo ou extintivo do direito do autor, nos termos do art. 373 do CPC. Todavia, em se tratando de relação de consumo, referido ônus pode ser invertido por critério legal ou judicial.

Ressalta-se, no entanto, que a inversão do ônus da prova não é automática. Para a facilitação do direito de defesa, é indispensável a presença de requisitos exigidos por lei e a manifestação do julgador a respeito: é o caso da demonstração da verossimilhança das alegações ou da hipossuficiência do consumidor.

O QUE O CDC PREVÊ:

Art. 6º. São direitos básicos do consumidor:

VIII - a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências.

A inversão do ônus da prova, portanto, se justifica em razão da vulnerabilidade e da hipossuficiência do consumidor. Sendo assim, para formar sua convicção na busca da verdade, o juiz pode facilitar a defesa do consumidor, invertendo o ônus e determinando a produção de provas pela parte contrária, nos termos do artigo 6º do Código de Defesa do Consumidor.

JURISPRUDÊNCIA

AGRAVO DE INSTRUMENTO. RELAÇÃO DE CONSUMO. INVERSÃO DO ÔNUS DA PROVA. POSSIBILIDADE. ALEGAÇÃO DE QUE A PROVA É RESPONSABILIDADE DO CONSUMIDOR AFASTADA. HIPOSSUFICIÊNCIA DO CONSUMIDOR VERIFICADA. ART. 6º, INCISO VIII, CDC. RECURSO CONHECIDO E DESPROVIDO. 1. A inversão do ônus da prova, mesmo nos casos que envolvam direito do consumidor, não se opera de forma automática, dependendo do preenchimento dos seguintes requisitos: verossimilhança das alegações ou hipossuficiência do consumidor. 2. **O consumidor é a parte vulnerável na relação, conforme preceitua o artigo 4º do Código do Consumidor, podendo o juiz inverter o ônus da prova quando há um dos dois requisitos previstos na Lei consumerista, sendo certo que na hipótese, encontra presente não só a verossimilhança das alegações como a impossibilidade ou excessiva dificuldade na obtenção da prova por parte do consumidor**. 3. Tratando-se de relação de consumo, mostra-se cabível a inversão do ônus da prova, nos termos do art. 6º, inciso VIII, do CDC. 4. *In casu*, há verossimilhança nas alegações da parte autora, posto ser incontroversa a contratação do seguro, em vida, de seu falecido esposo, sendo certo que a proposta por ele assinada encontra-se em poder da seguradora. 5. RECURSO CONHECIDO E DESPROVIDO.

TJDFT – Acórdão 1227725, 07148439320198070000. Relator: ROBSON BARBOSA DE AZEVEDO. Quinta Turma Cível. Julgado em: 29/1/2020.

No caso de responsabilidade do fornecedor por fato do serviço, a inversão é automática. Isto é, o fornecedor deve, de pronto, demonstrar que não houve defeito na prestação do serviço ou a existência de excludente do nexo de causalidade entre o fato jurídico descrito e o dano experimentado pelo consumidor.

Tanto é assim que o art. 14, §3º, do CDC dispõe que o fornecedor de serviços não será responsabilizado apenas quando provar que, tendo prestado o serviço, o defeito inexiste, bem como demonstrar a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiros.

JURISPRUDÊNCIA
AGRAVO DE INSTRUMENTO. REDISTRIBUIÇÃO DA CARGA PROBATÓRIA OPE LEGIS. FATO DO SERVIÇO. ART. 14, § 3º, DO CDC. INVERSÃO DO ÔNUS DA PROVA. DECISÃO MANTIDA. 1. Hipótese de redistribuição da carga probatória entre as partes integrantes da relação jurídica processual. 1.1 Os agravantes são réus em ação de indenização por danos materiais e morais, decorrentes de fato do serviço. 1.2 A relação jurídica substancial existente entre as partes ajusta-se aos requisitos dos artigos 2º e 3º do Código de Defesa do Consumidor. 2. **A inversão do ônus da prova, no caso de demanda originada pela ocorrência de fato do serviço, é automática (art. 14, § 3º, do CDC).** Por isso, os recorrentes devem demonstrar que não houve defeito na prestação do serviço ou a existência de excludente do nexo de causalidade entre o fato jurídico descrito e o dano experimentado pelo recorrido. 3. Recurso conhecido e desprovido.
TJDFT – Acordão 1208895, 07114636220198070000. Relator: ALVARO CIARLINI. 3ª Turma Cível. Julgado em: 09/10/2019.

- **Adequada e eficaz prestação do serviço público**

Previsto no art. 6º, X, do CDC, este princípio impõe ao Poder Público a prestação de serviços de forma adequada e eficaz. Em caso de descumprimento de suas obrigações, devem os órgãos públicos reparar os danos causados.

O QUE O CDC PREVÊ:
Art. 22. Os órgãos públicos, por si ou suas empresas, concessionárias, permissionárias ou sob qualquer outra forma de empreendimento, são obrigados a fornecer serviços adequados, eficientes, seguros e, quanto aos essenciais, contínuos.
Parágrafo único. Nos casos de descumprimento, total ou parcial, das obrigações referidas neste artigo, serão as pessoas jurídicas compelidas a cumpri-las e a reparar os danos causados, na forma prevista neste código.

LEI N. 8.987/1995:
Art. 6º. Toda concessão ou permissão pressupõe a prestação de serviço adequado ao pleno atendimento dos usuários, conforme estabelecido nesta Lei, nas normas pertinentes e no respectivo contrato.
§1º. Serviço adequado é o que satisfaz as condições de regularidade, continuidade, eficiência, segurança, atualidade, generalidade, cortesia na sua prestação e modicidade das tarifas.

- **Garantia de práticas de crédito responsável, de educação financeira e de prevenção e tratamento de situações de superendividamento e preservação do mínimo existencial**

Com a publicação da Lei n. 14.181/2021 (a qual será aprofundada em tópico próprio), busca-se a proteção do consumidor, nos termos do art. 6º, XI, com relação ao mínimo existencial, por meio da revisão e da repactuação da dívida, entre outras medidas, bem como na concessão de crédito.

Isto é, ainda que eventual contrato tenha sido firmado livremente, deve prevalecer a garantia do mínimo existencial da pessoa em situação de superendividamento, com a finalidade, ainda, de assegurar a dignidade da pessoa humana. Sobre a temática, evidencia-se caso de descontos de empréstimos consignados na folha de pagamento e não consignados na conta corrente bancária do consumidor superendividado:

JURISPRUDÊNCIA

AGRAVO DE INSTRUMENTO. NEGÓCIOS JURÍDICOS BANCÁRIOS. AÇÃO DE OBRIGAÇÃO DE FAZER, CUMULADA COM PEDIDOS DE REVISÃO DE CLÁUSULAS CONTRATUAIS [...]SITUAÇÃO DE SUPERENDIVIDAMENTO CARACTERIZADA. TUTELA PROVISÓRIA DE URGÊNCIA DEFERIDA EM PARTE PELO JUÍZO A QUO, PARA ABRANGER OS EMPRÉSTIMOS CONSIGNADOS. IRRESIGNAÇÃO RECURSAL DO AUTOR DEVEDOR SUPERENDIVIDADO. APLICAÇÃO DA LEI FEDERAL Nº 14.181/2021 AO CASO CONCRETO. INCLUSÃO CONCERTADA DE DÉBITOS NÃO CONSIGNADOS DO DEVEDOR SUPERENDIVIDADO, A FIM DE **PRESERVAR OS PRINCÍPIOS CONSTITUCIONAIS DA DIGNIDADE DA PESSOA HUMANA E DA GARANTIA DO MÍNIMO EXISTENCIAL À SOBREVIVÊNCIA DO CONSUMIDOR EM SITUAÇÃO DE SUPERENDIVIDAMENTO**. RECURSO PROVIDO EM PARTE. 1. A PESSOA NATURAL SUPERENDIVIDADA É AQUELA CUJA RENDA MENSAL ESTÁ SEVERAMENTE COMPROMETIDA, A PONTO DE PERDER A CAPACIDADE DE PAGAR AS SUAS DÍVIDAS, COLOCANDO EM RISCO A SUA PRÓPRIA SUBSISTÊNCIA. 2. EMBORA ADMITIDO O LANÇAMENTO A DÉBITO DIRETO EM CONTA-CORRENTE DO DEVEDOR SUPERENDIVIDADO, **A JURISPRUDÊNCIA DO STJ E DO TJRS SINALIZAM A NECESSIDADE DE PRESERVAÇÃO DOS PRINCÍPIOS CONSTITUCIONAIS DA DIGNIDADE DA PESSOA HUMANA E DA GARANTIA DO MÍNIMO EXISTENCIAL DO DEVEDOR SUPERENDIVIDADO À SUA SUBSISTÊNCIA PRÓPRIA**. 3. CASO CONCRETO EM QUE OS DESCONTOS DE EMPRÉSTIMOS MENSAIS NÃO CONSIGNADOS LANÇADOS NA CONTA-CORRENTE DO SERVIDOR PÚBLICO MILITAR ESTADUAL SUPERENDIVIDADO CONSOMEM TODA A SUA REMUNERAÇÃO MENSAL LÍQUIDA, **COMPROMETENDO A SUA DIGNIDADE E SUBSISTÊNCIA PESSOAL E VEDANDO-LHE O ACESSO A VALORES INDISPENSÁVEIS À SUA SOBREVIVÊNCIA**. LIMITAÇÃO DOS LANÇAMENTOS A DÉBITO DIRETO DE EMPRÉSTIMOS NÃO CONSIGNADOS NA CONTA-CORRENTE DO AUTOR-AGRAVANTE A 30% DA SUA REMUNERAÇÃO MENSAL LÍQUIDA.

MANUTENÇÃO DA DECISÃO RECORRIDA, COM AMPLIAÇÃO DOS SEUS EFEITOS PARA OS DÉBITOS (NÃO CONSIGNADOS). 4. NESTA MOLDURA, A FARTA PROVA DOCUMENTAL PRODUZIDA NO CADERNO RECURSAL INTEGRADO EVIDENCIA A SITUAÇÃO DE SUPERENDIVIDAMENTO DO AGRAVANTE, CONFERINDO PROBABILIDADE AO FUMUS BONIS JURIS E AO PERICULUM IN MORA, COM PERIGO DE DANO DE DIFÍCIL REPARAÇÃO E RISCO AO RESULTADO ÚTIL DO PROCESSO DE ORIGEM, NAS ALEGAÇÕES DEDUZIDAS NO PROCESSO DE ORIGEM E NESTE RECURSO, QUE DEMONSTRAM, À SACIEDADE, **OS DESCONTOS OPERADOS NA SUA CONTA-CORRENTE E COLOCAM EM RISCO A SUA DIGNIDADE, SUBSISTÊNCIA E MANUTENÇÃO DO MÍNIMO EXISTENCIAL GARANTIDOS NÃO SÓ PELAS CLÁUSULAS GERAIS DE TUTELA DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, MAS, TAMBÉM, E MUITO ESPECIALMENTE, COM ALTERAÇÕES QUE LHE INTRODUZIRAM A LEI FEDERAL Nº 14.181/2021, DE 01/07/2021** (DOU DE 02/07/2021). [...]
TJRS – Agravo de Instrumento, Nº 51630265020218217000, Relator: Aymoré Roque Pottes de Mello, Décima Primeira Câmara Cível, Julgado em: 22/10/2021.

RESPONSABILIDADE PELO FATO E VÍCIO DO PRODUTO E DO SERVIÇO

RESPONSABILIDADE PELO FATO DO PRODUTO E DO SERVIÇO

Fato do Produto ou Fato do Serviço significa um dano experimentado pelo consumidor (direto ou equiparado), causado por um produto ou por um serviço. Pode-se dizer que é extrínseco ao produto ou serviço porque atinge os consumidores. Os defeitos podem ser de criação, de produção, de informação ou de comercialização. Nesse sentido, verifica-se que a noção de defeito é ampla e se baseia na quebra da legítima expectativa de segurança.

O **produto** é defeituoso quando não oferece a segurança que dele legitimamente se espera, levando-se em consideração circunstâncias relevantes, como: a sua apresentação; o uso e os riscos que razoavelmente dele se esperam; e a época em que foi colocado em circulação.

Ademais, o **serviço** é considerado defeituoso quando não fornece a segurança que o consumidor dele pode esperar. Ainda, deve-se levar em consideração algumas circunstâncias relevantes, como: o modo de seu fornecimento; o resultado e os riscos que razoavelmente dele se esperam; e a época em que foi fornecido.

Destaca-se que o produto não é considerado defeituoso pelo fato de outro de melhor qualidade ter sido colocado no mercado, bem como, o serviço não é considerado defeituoso pela adoção de novas técnicas.

Nada obstante os defeitos do produto ou do serviço, a responsabilidade pelo fato do produto e do serviço decorre de previsão no Código de Defesa do Consumidor.

O QUE O CDC PREVÊ:

Quanto ao produto:

Art. 12. O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos.

Quanto ao serviço:

Art. 14. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos.

O CDC prevê a responsabilidade em sua forma objetiva (independente de culpa), ou

seja, o consumidor não precisa provar que o fornecedor agiu com negligência, imprudência ou imperícia. Sendo assim, deve, apenas, provar que os danos – materiais ou morais – foram consequências (nexo de causalidade) do defeito. A responsabilidade, portanto, é objetiva e fundada no risco da atividade desenvolvida.

Há, no entanto, uma única exceção à responsabilidade objetiva para defeito de produto ou serviço, a qual é prevista nos seguintes termos: a responsabilidade pessoal dos **profissionais liberais** será apurada mediante a verificação de culpa (art. 14, § 4º). É o caso, por exemplo, de médico, cuja responsabilidade é condicionada à comprovação de que os danos sofridos decorreram de um serviço culposamente mal prestado (negligência, imprudência e imperícia).

- **Responsáveis pela indenização**

Os responsáveis pela reparação do dano são: fabricante, produtor, construtor e importador, seja nacional ou estrangeiro. No caso do agente responsável ser o comerciante, este responderá pelos defeitos sempre que não puder ser identificado ou não existir identificação de quem é o fornecedor. Ressalta-se, no entanto, que o comerciante poderá propor ação de regresso em face do causador direto do dano.

O QUE O CDC PREVÊ:

Art. 13. O comerciante é igualmente responsável, nos termos do artigo anterior, quando:

I - o fabricante, o construtor, o produtor ou o importador não puderem ser identificados;

II - o produto for fornecido sem identificação clara do seu fabricante, produtor, construtor ou importador;

III - não conservar adequadamente os produtos perecíveis.

Parágrafo único. Aquele que efetivar o pagamento ao prejudicado poderá exercer o direito de regresso contra os demais responsáveis, segundo sua participação na causação do evento danoso.

Por sua vez, destaca-se que o CDC não impede a existência de produtos e serviços que, pelas suas características inerentes (de sua própria natureza ou fruição) já apresentam um grau de risco ao consumidor, todavia, os riscos devem ser “normais e previsíveis”, caso em que o dever de informação se torna ainda mais urgente ao consumidor.

O CDC prevê, ainda, hipóteses de excludentes da Responsabilidade Civil, junto ao art. 12, §3º, e art. 14, §3º.

O QUE O CDC PREVÊ:

Quanto ao produto:

Art. 12. § 3° O fabricante, o construtor, o produtor ou importador só não será responsabilizado quando provar:

I - que não colocou o produto no mercado;

II - que, embora haja colocado o produto no mercado, o defeito inexiste;

III - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

Quanto ao serviço:

Art. 14. § 3° O fornecedor de serviços só não será responsabilizado quando provar:

I - que, tendo prestado o serviço, o defeito inexiste;

II - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

Ressalta-se, ainda, o **prazo prescricional** de cinco anos para obter eventual indenização, previsto no art. 27 do CDC, cuja contagem do prazo tem início a partir do conhecimento do dano e de sua autoria.

- **Caso fortuito e força maior**

Em relação ao caso fortuito e a força maior, estas hipóteses estão previstas no artigo 393 do CC e são excludentes de responsabilidade, posto que retiram do ato do agente o dolo ou a culpa. O CDC, por sua vez, não traz como excludente de responsabilidade o caso fortuito e a força maior.

Embora haja controvérsia quanto à aplicação ou não do caso fortuito e da força maior às relações de consumo, é necessário levar em conta o contexto no qual o defeito ocorre, o tipo de atividade desempenhada pelo fornecedor, bem como a imprevisibilidade ou a inevitabilidade do fato. É o caso, por exemplo, da COVID-19.

Abaixo são apresentadas jurisprudências que ora aplicam a teoria, ora não a depender do caso concreto.

JUSRISPRUDÊNCIA

[...] 10. A conjuntura extraordinária em que inserido o fato descrito na exordial, há que se considerar que resta configurada hipótese de fortuito externo, uma vez que os desdobramentos da pandemia da COVID-19 foram e continuam sendo capazes de afetar sobremaneira o sistema global aeroviário. 11. **Os efeitos da crise decorrente da pandemia da COVID-19 mostram-se hábeis a excluir o nexo de causalidade e afastar a responsabilidade do fornecedor do serviço de transporte aéreo, por estar-se diante de eventos que ultrapassam o risco inerente à atividade**. 12. Diante disso, presente a cláusula excludente de responsabilidade, não se pode condenar a recorrente à reparação de danos morais, consoante perseguido pelos consumidores. 13. De mais a mais, os autores embarcaram para o Reino Unido em período acentuado de contaminação do vírus da COVID-19, de sorte que assumiram os riscos da viagem, e ciente das diversas variantes (medidas restritivas) a impactar a regular programação da malha aérea local.

TJDFT – Acórdão 1402181, 07371615120218070016, Relator: DANIEL FELIPE MACHADO, Terceira Turma Recursal dos Juizados Especiais do Distrito Federal. Julgado em: 23/02/2022.

JURISPRUÊNCIA

[...] 3.1. De acordo com o Art. 14 do CDC, o fornecedor de serviços responde independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos. 3.2. Basta, tão somente, a demonstração do liame de causalidade entre o defeito do serviço e o evento danoso experimentado pelo consumidor, cuja responsabilidade somente poderá ser afastada/ minorada nas hipóteses de caso fortuito ou força maior (CC, 393), inexistência do defeito (CDC, 14, § 3º, I) e culpa exclusiva do ofendido e/ou de terceiros (CDC, 14, § 3º, II), o que não ocorreu no caso. 3.3. **A fraude integra o risco da atividade empresarial, de maneira que também se caracteriza como fortuito interno, motivo pelo qual não pode ser afastada a responsabilidade civil, nos moldes do art. 14 do CDC**.

TJDFT – Acórdão 1406757, 07096866220218070003, Relator: JOÃO EGMONT, Segunda Turma Cível. Julgado em: 09/03/2022.

JURISPRUDÊNCIA

[...] 7. A prestação de segurança aos bens e à integridade física do consumidor é inerente à atividade comercial desenvolvida pelos hipermercados e pelos shopping centers, porquanto a principal diferença existente entres estes estabelecimentos e os centros comerciais tradicionais reside justamente na criação de um ambiente seguro para a realização de compras e afins, capaz de incidir e conduzir o consumidor a tais praças privilegiadas, de forma a incrementar o volume de vendas. 8. **A responsabilidade civil do shopping center no caso de danos causados à integridade física dos consumidores ou aos seus bens não pode, em regra, ser afastada sob a alegação de caso fortuito ou força maior, pois a prestação de segurança devida por este tipo de estabelecimento é inerente à atividade comercial exercida por ele**. [...] Nesse diapasão, não é possível isentar o empreendimento pelas lesões sofridas pela recorrente.
STJ – REsp 1764439/SP, Relatora: Ministra Nancy Andrighi, Terceira Turma. Julgado em: 21/05/2019.

- **Obrigação de meio e obrigação de fim**

Obrigação de meio é aquela que se utiliza dos meios necessários para alcançar um fim sem se responsabilizar pelo resultado. A obrigação de fim promete um resultado e se responsabiliza por ele.

Por exemplo, se um médico atende uma emergência e se utiliza dos meios necessários para salvar a vida da vítima, sua responsabilidade será subjetiva, ou seja, só responderá se comprovada sua culpa (negligência, imprudência ou imperícia); se, por outro lado, um médico promete um resultado, como é o caso de uma cirurgia plástica, sua responsabilidade independe de culpa: é, portanto, objetiva. Assim, conclui-se que a obrigação de meio é subjetiva, a obrigação de fim é objetiva.

JURISPRUDÊNCIA

[...] 2. Nos termos da jurisprudência do STJ, a cirurgia plástica tem natureza de obrigação de resultado, o que atrai a presunção de responsabilidade do médico, que deve comprovar alguma excludente de sua responsabilização pelos danos causados ao paciente. Precedentes. [...].
STJ – AgInt nos EDcl no REsp 2010474 / AM, Relator: Ministro MARCO BUZZI, Quarta Turma. Julgado em: 06/03/2023.

VÍCIO DO PRODUTO E DO SERVIÇO

Além da segurança dos serviços e dos produtos colocados à disposição do consumidor, o legislador também se preocupou com a adequada funcionalidade dos bens

e serviços. Assim como foi instituída a responsabilidade por fato do serviço ou produto, o CDC prevê a responsabilização pela existência de vícios, a qual é solidária entre todos os integrantes do ciclo de produção do bem (exceto por vício de quantidade – o fornecedor imediato será responsável quando fizer a pesagem ou a medição e o instrumento utilizado não estiver aferido segundo os padrões oficiais).

O QUE O CDC PREVÊ:

Quanto ao produto:

Art. 18. Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos **vícios de qualidade ou quantidade** que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da **disparidade, com a indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária**, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas.

Quanto ao serviço:

Art. 20. O fornecedor de serviços responde pelos **vícios de qualidade** que os tornem impróprios ao consumo ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da **disparidade com as indicações constantes da oferta ou mensagem publicitária**, podendo o consumidor exigir

Os vícios podem ser dos produtos ou dos serviços e se dividem em vícios de qualidade, de quantidade ou decorrente da disparidade das características dos produtos com aquelas vinculadas na oferta e publicidade.

- **Vícios do produto e do serviço**

O vício torna o produto impróprio ao consumo, diminui o valor do bem e frustra as expectativas dos consumidores, sem colocar em risco sua integridade física. Por exemplo, há um vício em um celular que não efetua ligações, em uma geladeira que não resfria os alimentos, uma caneta que não escreve. Nesse caso, todos os participantes na cadeia de consumo serão responsáveis objetiva e solidariamente pelos produtos que apresentem quaisquer vícios.

Os **vícios dos produtos** podem ser:

a) **Por qualidade** (art. 18): que torne o produto impróprio ao consumo (art. 18, § 6º); que lhe diminua o valor; ou que seja diferente do anunciado, ou seja, que encontre disparidade com a publicidade.

O QUE O CDC PREVÊ:
Art. 18. § 6° São impróprios ao uso e consumo:
I - os produtos cujos prazos de validade estejam vencidos;
II - os produtos deteriorados, alterados, adulterados, avariados, falsificados, corrompidos, fraudados, nocivos à vida ou à saúde, perigosos ou, ainda, aqueles em desacordo com as normas regulamentares de fabricação, distribuição ou apresentação;
III - os produtos que, por qualquer motivo, se revelem inadequados ao fim a que se destinam.

Nos casos em que houver vício de qualidade ou quantidade que torne o produto impróprio ou inadequado ao consumo a que se destina ou lhe diminua o valor, o consumidor pode exigir a substituição das partes viciadas. Caso o vício do produto não seja sanado no prazo máximo de 30 dias (art. 18, §1°, do CDC), o consumidor pode, alternativamente e à sua escolha, exigir: a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso; a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos; ou o abatimento proporcional do preço.

JURISPRUDÊNCIA
[...] 5. De acordo com a jurisprudência deste Tribunal de Justiça, "**em se tratando de vício que diminua o valor ou comprometa a qualidade do produto, terá o consumidor direito à indenização por danos materiais, exigível por uma das modalidades do art. 18, § 1°, do CDC**" (AgRg no AREsp nº 385.994/MS, Rel. Ministra Maria Isabel Gallottil, Quarta Turma, DJe 10/12/2014).
STJ – AgInt no AgInt no AREsp 1804480 / PR, Relator: Ministro MARCO AURÉLIO BELLIZZE, Terceira Turma. Julgado em: 20/09/2021.

JURISPRUDÊNCIA
[...] 4- Na hipótese dos autos, se está, a um só tempo, diante de responsabilidade pelo vício do produto e de responsabilidade pelo fato do serviço, de modo que não há como afastar a responsabilidade da parte recorrente, porquanto, de acordo com a sistemática adotada pelo CDC, **em ambas as hipóteses, há a responsabilidade solidária entre todos os fornecedores, sem qualquer distinção relativa ao comerciante**.
STJ – REsp 1982739 / MT, Relatora: Ministra NANCY ANDRIGHI, Terceira Turma. Julgado em: 15/03/2022.

b) **Por quantidade** (art. 19): os fornecedores respondem solidariamente pelos vícios de quantidade do produto sempre que, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, seu conteúdo líquido for inferior às indicações constantes do recipiente, da

embalagem, rotulagem ou de mensagem publicitária.

Verificada a existência de vício de quantidade, o consumidor poderá exigir, alternativamente e à sua escolha: o abatimento proporcional do preço; complementação do peso ou medida; a substituição do produto por outro da mesma espécie, marca ou modelo, sem os aludidos vícios; ou a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos.

Se o consumidor optou pela substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso, e não sendo possível a substituição do bem, poderá haver substituição por outro de espécie, marca ou modelo diversos, mediante complementação ou restituição de eventual diferença de preço, sem prejuízo da eventual opção pelas demais hipóteses.

Nada obstante, o comerciante responde no caso de vício do produto de forma solidária e objetiva com os demais fornecedores, podendo ingressar posteriormente com ação de regresso contra o fabricante com base no Código Civil.

Por fim, questiona-se a possibilidade de existir a venda de produtos com vícios, mesmo que o fornecedor tenha ciência da sua existência. A resposta é sim. Porém, o consumidor deverá ser avisado com ampla divulgação, considerando o princípio da boa-fé objetiva (art. 4º, III e art. 51, IV), tendo, inclusive, um abatimento proporcional no preço ou outra vantagem.

- **Vício aparente e vício oculto**

O vício aparente é aquele de fácil constatação. Por exemplo, um veículo com a lanterna quebrada. Já o vício oculto é conhecido pelo consumidor apenas após o uso do produto. Por exemplo, um ruído que o motor emite quando o carro é utilizado em longas distâncias. Destaca-se, por oportuno, que se o produto apresenta vício quanto à quantidade ou qualidade, ou que lhe diminua o valor, trata-se de vício aparente ou de fácil constatação, de acordo com o art. 26 do CDC.

Quando se trata de vício aparente, o prazo para reparação do produto inicia-se de imediato, com a entrega do produto ou com o término da execução do serviço (art. 23, §1º). No caso de vício oculto, o prazo decadencial para o exercício de pretensão redibitória é de 90 (noventa) dias, contados a partir do conhecimento do vício oculto (art. 26, §3º).

O QUE O CDC PREVE:

Art. 26. O direito de reclamar pelos vícios aparentes ou de fácil constatação caduca em:

I - trinta dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos não duráveis;

II - noventa dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos duráveis.

[...]

§ 2° Obstam a decadência:

I - a reclamação comprovadamente formulada pelo consumidor perante o fornecedor de produtos e serviços até a resposta negativa correspondente, que deve ser transmitida de forma inequívoca;

[...]

III - a instauração de inquérito civil, até seu encerramento.§ 3° Tratando-se de vício oculto, o prazo decadencial inicia-se no momento em que ficar evidenciado o defeito.

O prazo para sanar o vício pode ser estipulado de modo diverso, desde que não inferior a 7 dias ou superior a 180 dias. A referida estipulação não poderá ser imposta ao consumidor, devendo este concordar com a definição de novo prazo.

No caso de o fornecedor ofertar uma garantia estendida ao consumidor de um ano, o tempo será acrescido aos 30 ou 90 dias. Por exemplo, Luiz comprou uma televisão com garantia de um ano. Após um ano, o produto apresenta um vício, Luiz possui mais 90 dias para reclamar sobre o vício.

Existem casos, no entanto, em que o consumidor poderá pleitear a substituição imediata do produto sem esperar o prazo para sanar o vício. São as seguintes hipóteses:

a. se em razão da extensão do vício a substituição de qualquer parte comprometa a qualidade ou característica do produto. Por exemplo, um casaco que apresente uma parte com coloração desbotada, será impossível substituir o pedaço desbotado sem que se comprometa todo o casaco;

b. se em razão do vício lhe diminuir o valor;

c. se tratar de produto essencial, ou seja, imprescindível para a sobrevivência ou ainda o bem-estar dos consumidores, como é o caso de alimentos, remédios e celular (conforme Nota Técnica 62/2010 expedida pelo Departamento de Defesa do Consumidor).

No caso de **vícios do serviço**, o fornecedor responde quando o serviço se torna impróprio ou diferente do ofertado, podendo o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

a. reexecução do serviço, sem que o consumidor pague por isso;

b. restituição dos valores pagos;

c. abatimento proporcional do preço.

Ressalta-se que a reexecução dos serviços poderá ser confiada a terceiros devidamente capacitados, por conta e risco do fornecedor. Importante lembrar, ainda, que a ignorância dos fornecedores sobre vícios não os exime de responsabilidade (art. 23): a ignorância do fornecedor sobre os vícios de qualidade por inadequação dos produtos e serviços não o exime de responsabilidade.

O QUE O CDC PREVÊ:

Art. 25. É vedada a estipulação contratual de cláusula que impossibilite, exonere ou atenue a obrigação de indenizar prevista nesta e nas seções anteriores.

§ 1° Havendo mais de um responsável pela causação do dano, todos responderão solidariamente pela reparação prevista nesta e nas seções anteriores.

§ 2° Sendo o dano causado por componente ou peça incorporada ao produto ou serviço, são responsáveis solidários seu fabricante, construtor ou importador e o que realizou a incorporação.

OFERTA E PUBLICIDADE

Para dar início a este capítulo, importante que se estabeleçam as seguintes distinções:

PUBLICIDADE	INFORMAÇÃO
Tem por objetivo ofertar bens e serviços no mercado e é patrocinada por anunciante mediante pagamento.	A informação consiste na manifestação do fornecedor que sirva para induzir o consentimento (ou decisão) do consumidor. Deve ser prestada com a maior clareza possível.
PROPAGANDA	
Trata-se da propagação de uma ideia de caráter ético, moral, político, socioeconômico, entre outros, sem qualquer fim comercial.	

- **Oferta**

A oferta é o ato de colocar um produto ou serviço ao conhecimento e ao alcance do consumidor. Em um mundo globalizado, a oferta foi aprimorada a partir da publicidade, a qual será estudada com maiores detalhes na sequência.

O QUE O CDC DIZ:
Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

- **Princípio da vinculação**

A incidência do **princípio da vinculação** depende de dois pressupostos: veiculação e precisão da informação. Este princípio pode ser extraído do art. 30 do CDC e se pauta no potencial persuasivo do *marketing*.

O QUE O CDC DIZ:
Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

Para que haja vinculação, deve haver a veiculação da informação. Isto é, se a informação não chegar ao conhecimento do consumidor, não há vinculação do fornecedor. Além disso, a oferta (publicidade ou informação) deve ser precisa, sendo que o simples exagero (*puffing*) não obriga o fornecedor. Tais exageros servem para ressaltar os produtos e chamar a atenção dos consumidores. Exemplo de expressões de exageradas são: "o melhor", "o revolucionário", "o maior de todos os tempos" etc. Porém, quando esses exageros permitem uma verificação precisa e objetiva – sobretudo quando relacionada ao preço do produto ou serviço –, como "o melhor preço da capital" ou "a garantia mais completa do mercado", a vinculação se impõe.

Em outras palavras, a partir da oferta realizada por meio da informação e da publicidade, há a vinculação do fornecedor, ou seja: a oferta o obriga e integra o contrato, sendo vedado o arrependimento por parte do fornecedor. A regra do CDC, portanto, é: "prometeu, cumpriu".

Caso a oferta esteja em desconformidade com aquilo que o fornecedor se propôs a entregar, o consumidor pode adotar as seguintes providências: 1) exigir o cumprimento forçado da obrigação; 2) aceitar um outro bem de consumo equivalente; ou 3) rescindir o contrato firmado, cabendo a restituição do que pagou, bem como perdas e danos (art. 6º, VI, do CDC).

- **Forma da publicidade**

Toda publicidade deve apresentar informações corretas, claras, precisas, em português, ostensivas, sem omitido qualquer dado, de modo a prever as qualidades, quantidades, composição dos produtos, preço, garantia, prazos de validade e origem entre outros, incluindo os riscos à saúde e segurança dos consumidores. O objetivo é que toda publicidade e oferta sempre seja clara aos consumidores.

O QUE O CDC DIZ:

Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Parágrafo único. As informações de que trata este artigo, nos produtos refrigerados oferecidos ao consumidor, serão gravadas de forma indelével.

- **Principais Princípios da Publicidade**

a) **Princípio da identidade**: previsto no *caput* do artigo 36, prevê que o consumidor

deve ter a nítida percepção de que estão induzindo-o a comprar produtos e serviços, sendo capaz de identificar e entender de que se trata de uma publicidade. Por exemplo, é comum ver em filmes, novelas e *reality shows* a prática do *merchandising*.

> **O QUE O CDC DIZ:**
> Art. 36. A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.
> Parágrafo único. O fornecedor, na publicidade de seus produtos ou serviços, manterá, em seu poder, para informação dos legítimos interessados, os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem.

b) **Princípio da boa-fé**: a fim de se evitarem vícios, em todas as aproximações estabelecidas entre fornecedor e consumidor deve existir a boa-fé, em todas as fases da relação jurídica, desde as tratativas, assim como durante a execução do contrato e após.

c) **Princípio da veracidade**: a publicidade deve ter um conteúdo verídico, não podendo ela ser enganosa, conforme §1º do art. 37 do CDC. Busca-se evitar que o consumidor seja induzido a tomar alguma atitude em desacordo com sua verdadeira vontade, por meio das informações e dados prestados, com relação aos produtos e serviços. Por exemplo, se em uma publicidade aparecem brinquedos que se movimentam, o fornecedor deve explicar na mensagem publicitária que se trata de movimentos computadorizados, ou que são necessárias pilhas e baterias.

d) **Princípio da transparência**: o fornecedor deverá sempre vincular seus produtos, por meio de mensagens publicitárias, informando todas as especificações técnicas bem como suas características, sem omitir nenhum dado ou informação.

- **Função social da publicidade e autorregulamentação publicitária**

No mundo contemporâneo, não se pode ignorar que a publicidade gera efeitos no comportamento dos consumidores, de forma a estimular e impulsionar cada vez mais o consumo, sobretudo quando atinge os mais vulneráveis. Assim, diante da influência, que inclusive direciona a cultura e modos de comportamento em uma sociedade, evidencia-se a função social da publicidade quando elas criam e despertam desejos, alterando estilos de vida e influenciando de modo geral pessoas e povos diferentes. Nesse sentido, destaca-se a responsabilidade que deve ser levada em consideração no momento da prática da publicidade.

Em relação à autorregulamentação publicitária, e diante da ameaça ao setor, na década de 1970, em que se pensava em criar leis que censurassem a propaganda, foi

criado o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR), que consiste em uma organização não governamental que tem por objetivo autorregulamentar o mercado publicitário, empregando esforços, inclusive, para vedar a censura prévia. O CONAR foi responsável pela criação do **Código Brasileiro de Autoregulamentação Publicitária** (http://www.conar.org.br/codigo/codigo.php) que, no entanto, não é reconhecido como norma jurídica e, por essa razão, não possui força vinculante.

- **Publicidades proibidas pelo CDC: enganosa e abusiva**

a) **Publicidade enganosa**: é vedada, sendo considerada toda e qualquer forma de informação de cunho publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ainda que por omissão, capaz de induzir o consumidor ao erro em sua escolha quando da sua compra (§1º do art. 37), tratando-se de um vício de consentimento.

O engano não ocorre apenas quando há falsidade, mas, também, quando há omissão de uma informação necessária ao conhecimento do consumidor. Por exemplo, o fornecedor que deixa de informar a incidência de juros em compras parceladas.

b) **Publicidade abusiva**: o §2º do art. 37 elenca um rol exemplificativo de situações que englobam publicidades abusivas, as quais atentam contra valores não apenas individuais, mas, da sociedade. Por exemplo, discriminação de qualquer natureza, incitação à violência, que explore medo ou aproveite de qualquer deficiência ou inocência (como é o caso das crianças), que induza o consumidor a se portar de forma prejudicial ao meio ambiente ou com relação à sua própria segurança.

O QUE O CDC DIZ:

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1° É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

§ 2° É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

§ 3° Para os efeitos deste código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.

- **Sanções**

Em caso de identificação de publicidades ilícitas por autoridade competente, haverá a apuração da responsabilidade do fornecedor nos âmbitos administrativo, civil e criminal. Sobre as sanções, o CDC prevê algumas modalidades.

> O QUE O CDC DIZ:
> Art. 56. As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:
> I - multa;
> II - apreensão do produto;
> III - inutilização do produto;
> IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente;
> V - proibição de fabricação do produto;
> VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;
> VII - suspensão temporária de atividade;
> VIII - revogação de concessão ou permissão de uso;
> IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;
> X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;
> XI - intervenção administrativa;
> **XII - imposição de contrapropaganda.**

Quando ocorrer publicidade enganosa ou abusiva, a contrapropaganda será imposta, nos termos do art. 60 do CDC. Trata-se de uma sanção imposta de modo administrativo ou judicial ao fornecedor e possui dupla função: tanto corretiva, a fim de esclarecer quaisquer equívocos gerados pela propaganda do fornecedor, de modo a sanar todas as dúvidas e prestando os devidos esclarecimentos; quanto preventiva, tendo em vista que o fornecedor tomará as devidas precauções a fim de evitar ter que arcar com os prejuízos da contrapropaganda, prejuízos estes tanto de desgaste de sua imagem, quanto financeiros, já que é o fornecedor que banca todos os seus custos. A contrapropaganda deve ser divulgada pelo responsável da mesma forma, preferencialmente no mesmo local, espaço e horário anteriormente veiculado (art. 60, §1º).

O QUE O CDC DIZ:

Art. 60. A imposição de contrapropaganda será cominada quando o fornecedor incorrer na prática de publicidade enganosa ou abusiva, nos termos do art. 36 e seus parágrafos, sempre às expensas do infrator.

§ 1º A contrapropaganda será divulgada pelo responsável da mesma forma, freqüência e dimensão e, preferencialmente no mesmo veículo, local, espaço e horário, de forma capaz de desfazer o malefício da publicidade enganosa ou abusiva.

- **Responsabilidade**

Em caso de veiculação de publicidade enganosa ou abusiva, a responsabilidade é solidária entre todos os participantes de sua produção, incluindo o fornecedor, respondendo cada um na medida de sua contribuição, sendo uma responsabilidade objetiva, decorrente da simples vinculação da publicidade.

O ônus da prova da veracidade e correção da informação ou comunicação publicitária cabe a quem as patrocina (art. 38 do CDC). Tendo em vista a dificuldade da produção de tal prova, o julgador tem o dever, e não a faculdade, de inverter o ônus da prova, devendo o fornecedor comprovar todos os dados existentes na campanha publicitária.

PRÁTICAS ABUSIVAS

Uma prática abusiva pode ser entendida como a conduta do fornecedor que vai de encontro com a boa-fé que se espera nas relações de consumo. A boa-fé, como visto, é um dos princípios fundamentais do CDC e impõe atenção aos deveres gerais de lealdade, honestidade e cooperação.

O legislador consumerista elencou, de modo exemplificativo, algumas dessas práticas nos incisos do artigo 39 do CDC, permitindo que outras condutas sejam qualificadas como abusivas pelos órgãos de proteção e defesa do consumidor.

A seguir, são elencadas as práticas abusivas previstas na legislação:

- **Venda casada (art. 39, I)**

A venda casada ocorre quando o fornecedor condiciona a aquisição de um produto ou serviço "A" se acompanhado (casado) do produto ou serviço "B", de modo a obrigar que o consumidor, mesmo que não queira, consuma e pague por duas coisas distintas. A venda casada é considerada infração à ordem econômica, prevista no art. 36º, §3º, XVIII, da Lei n.º 12.529/2011, com a previsão de multas em caso de sua ocorrência.

Exemplo da referida prática abusiva é quando determinado aplicativo de *delivery* impõe pedidos com valor mínimo, o que, por sua vez, prejudica a livre escolha do consumidor. A referida prática força o adquirente a comprar um ou mais itens perante o mesmo fornecedor para conseguir concluir o seu pedido/objetivo inicial.

SITUAÇÃO HIPOTÉTICA – VENDA CASADA EM APLICATIVO DE *DELIVERY*

Você, na qualidade de consumidor, opta por adquirir um prato de comido em um determinado aplicativo de *delivery*. Ao escolher o seu prato e, na tentativa de finalizar a compra, você é surpreendido com a notificação de que não é possível realizar o pedido pois a compra não atinge o valor mínimo daquela loja/restaurante. Assim, você é obrigado a incluir mais produtos em sua sacola para finalizar o seu pedido. Tal prática pode ser configurada como venda casada e cabe aplicação de multa por parte do órgão competente.

Além disso, pode ficar caracterizada violação ao art. 31, caput, do CDC, uma vez que na plataforma haveria oferta de determinados produtos veiculada sem informações sobre a quantidade e peso do conteúdo.

Sobre a situação hipotética apresentada, o TJSP já se manifestou:

"[...] a conduta de alguns estabelecimentos amolda-se perfeitamente ao quanto exposto no artigo 39, inciso I, uma vez que **ao pedir um produto abaixo do pedido mínimo, mesmo pagando a entrega, o consumidor obriga-se a adquirir outro produto para completar o valor mínimo**.

Outras práticas poderiam ser adotadas pela plataforma, como por exemplo, a concessão de frete grátis mediante gastos acima de algum valor específico, o que faria com que a viabilidade econômica do serviço fosse mantida, cobrando-se o frete em relação a produtos com menor valor, mas não exigindo do consumidor que necessariamente consuma um determinado valor, uma vez que a prática se torna abusiva, pois o produto é oferecido no mercado de consumo e o consumidor fica impedido de adquiri-lo pelo valor ofertado".

E mais:

"[...] a imposição de pedido mínimo, mesmo diante da concordância do consumidor com o pagamento do valor da entrega, **configura conduta abusiva**, não merecendo acolhida a alegação de que tal conduta busca manter o equilíbrio e a viabilidade das atividades econômicas".

TJSP – Apelação Cível 1065303-47.2021.8.26.0053, Relator: Vicente de Abreu Amadei, 1ª Câmara de Direito Público. Julgado em: 04/10/2022.

- **Recusa no atendimento às demandas dos consumidores (art. 39, II e IX)**

Verifica-se a ocorrência da prática de recusa no atendimento às demandas do consumidor quando o fornecedor, mesmo tendo condições e estoque para atender aquele que se disponha a adquirir produto ou serviço mediante pronto pagamento, se recusa a fazê-lo. Há, aqui, uma discriminação praticada em face do consumidor. A recusa em atender as demandas do consumidor só pode ocorrer por força legal, como é o caso da proibição da venda de bebidas alcoólicas para menores de 18 anos.

Ademais, a referida prática também é considerada como infração à ordem econômica, conforme artigo 36º, §3º, XI, da Lei 12.529/2011.

MATERIAL COMPLEMENTAR

Outra prática que pode ser considerada tanto como prática abusiva quanto como infração à ordem econômica é o *geoblocking*, que ocorre, geralmente, em mercados digitais (online).

Trata-se de modalidade de discriminação do consumidor em razão de sua localização geográfica. Nesse caso, o fornecedor define se a oferta de um produto ou serviço estará disponível ou não para usuários de uma determinada região.

No Brasil, foi proposta uma Ação Civil Pública em face de uma empresa de reserva online de hospedagem e passagens aéreas pela prática abusiva em discussão. Para acessar a íntegra do ajuizamento da Ação, acesse: https://www.migalhas.com.br/arquivos/2018/2/art20180207-05.pdf.

- **Envio de produtos ou serviços sem solicitação prévia (art. 39, III)**

Outra hipótese exemplificativa elencada pelo legislador é o fornecimento de serviços ou produtos sem a solicitação do consumidor, como o envio de cartão de crédito já identificado, por exemplo. Nesse caso, o fornecedor não poderá cobrar pelos produtos e serviços enviados. Outro exemplo é a amostra grátis, prevista, inclusive, no parágrafo único do art. 39 do CDC.

A prática é, usualmente, adotada como técnica de *marketing* por algumas empresas, porém, não enseja ônus ou responsabilidade ao recebedor, já que configura uma prática abusiva.

ENUNCIADO 532 DO STJ:
Constitui prática comercial abusiva o envio de cartão de crédito sem prévia e expressa solicitação do consumidor, configurando-se ato ilícito indenizável e sujeito à aplicação de multa administrativa.

- **Prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor (art. 39, IV)**

A hipótese do art. 39, IV, do CDC se caracteriza quando o fornecedor se beneficiar da ignorância, falta de conhecimento ou até mesmo aproveitar-se da condição social, da idade ou saúde do consumidor para persuadi-lo a adquirir produtos ou contratar serviços.

Nota-se abusividade, por exemplo, quando hospitais cobram dos consumidores que necessitam de internamento imediato cheques caução a fim de garantir que o pagamento será realizado posteriormente. O consumidor, vulnerável e fragilizado diante da necessidade que possui de ser internado, sente-se coagido a caucionar sua internação sob pena de correr risco de perder a sua vida ou de entes próximos.

Nesse caso, merece destaque a prestação de informação adequada ao consumidor, que deve levar em conta o contexto específico e a vulnerabilidade e a hipossuficiência do consumidor.

JURISPRUDÊNCIA

(...) 4. Não remanescem dúvidas acerca da conduta ilícita praticada pela parte ré consistente em não informar adequadamente à autora sobre o produto que estava adquirindo, o respectivo dano dela advindo e seu consequente nexo de causalidade (art. 186 do CC). 5. **É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas, prevalecer-se da fraqueza (hipossuficiência) ou ignorância (vulnerabilidade) do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, com o fim de impingir-lhe seus produtos ou serviços** (CDC, art. 39, Inc. IV).

TJDFT – Acórdão 1104528, 07002378520188070003, Relator: JOÃO LUÍS FISCHER DIAS, Segunda Turma Recursal dos Juizados Especiais do Distrito Federal. Julgado em: 20/06/2018.

- **Vantagem excessiva (art. 39, V)**

A legislação consumerista proíbe cláusulas contratuais que estabeleçam obrigações abusivas ou que exijam do consumidor condições manifestamente excessivas. Preza-se, pois, pela harmonização das relações de consumo, pela boa-fé e pelo equilíbrio contratual. Como exemplo, tem-se a cobrança de juros excessivos e penosos, em que o consumidor não consegue quitação sua dívida.

JURISPRUDÊNCIA

(...) 7. De acordo com o preceituado pelo artigo 51, inciso IV, do Código de Defesa do Consumidor, são nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que estabeleçam obrigações iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em franca desvantagem, ou seja, incompatíveis com a boa-fé ou equidade, presumindo-se exagerada, na forma do disposto no § 1º, inciso III, desse mesmo dispositivo, a vantagem que se mostra excessivamente onerosa para o consumidor, considerando-se a natureza e conteúdo do contrato, o interesse das partes e outras circunstâncias peculiares ao caso (...).

TJDFT – Acórdão 1242722, 07233628820188070001, Relator: TEÓFILO CAETANO, Primeira Turma Cível. Julgado em: 15/04/2020.

- **Ausência de orçamento (art. 39, VI)**

É prática abusiva executar serviços sem a apresentação de orçamentos e expressa autorização do consumidor para a execução. O consumidor tem o direito de saber, ou ao menos possuir uma previsão, de quanto irá gastar. Por exemplo, o consumidor leva seu automóvel a uma oficina mecânica para efetuar reparos no motor e, sem prévio orçamento

e autorização, o mecânico realiza serviços além do que fora solicitado. Nesse caso, não é justo que o consumidor pague por algo que não solicitou.

O QUE O CDC PREVÊ:
Art. 40. O fornecedor de serviço será obrigado a entregar ao consumidor orçamento prévio discriminando o valor da mão-de-obra, dos materiais e equipamentos a serem empregados, as condições de pagamento, bem como as datas de início e término dos serviços.
§ 1º Salvo estipulação em contrário, o valor orçado terá validade pelo prazo de dez dias, contado de seu recebimento pelo consumidor.
§ 2º Uma vez aprovado pelo consumidor, o orçamento obriga os contraentes e somente pode ser alterado mediante livre negociação das partes.
§ 3º O consumidor não responde por quaisquer ônus ou acréscimos decorrentes da contratação de serviços de terceiros não previstos no orçamento prévio.

- **Repassar informação depreciativa (art. 39, VII)**

Diante do fato de que um exercício regular de direito não gera ato ilícito, o legislador consumerista se preocupou em assegurar esse direito ao consumidor, que não poderá ser depreciado pelo fornecedor no exercício de seus direitos. Por exemplo, o fornecedor não pode elaborar uma lista com a relação de consumidores considerados por ele exigentes, ou até mesmo que tentam negociar muito as condições de pagamento, ou ainda, classificá-los de forma preconceituosa ou ofensiva por reclamarem de vícios em seus produtos.

- **Colocar no mercado produtos e serviços sem especificação legal (art. 39, VIII)**

O fornecedor de produtos e serviços sempre deverá se atentar para as normas impostas pelos órgãos oficiais, e na falta deles pela ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas) ou entidades credenciadas pelo CONMETRO (Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial). Se o fornecedor disponibilizar no mercado produtos e serviços em desacordo, cometerá uma prática abusiva.

Isso porque a legislação consumerista prevê a obrigação por parte do Estado e dos órgãos de proteção e defesa do consumidor de garantir que os produtos e serviços atendam aos padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho (art. 4º, II, 'd').

- **Elevação sem justa causa do preço (art. 39, X)**

É prática abusiva elevar, desproporcional e desarrazoadamente, o preço de produtos

e serviços. Destaca-se, por sua vez, que, dentre as causas de aumento injustificado de preços, então as falhas de mercado que podem ser caracterizadas pela formação de cartel (quando os fornecedores se organizam para ajustar coletivamente os preços).

JURISPRUDÊNCIA

(...) 1. Verificada a abusividade na taxa de juros remuneratórios praticada em empréstimo bancário, é possível a revisão do contrato para limitá-la à taxa média de mercado divulgada pelo BACEN. Precedentes. 2. **A taxa de juros estabelecida no contrato fixada em mais de 60% (sessenta por cento) da média praticada pelo mercado na época, sem razão plausível.** 3. A apelante prevaleceu de sua posição contratual para exigir do autor vantagem manifestamente excessiva, além de elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços, conduta vedada pelo art. 39, V e X, do Código de Defesa do Consumidor. 4. O Código de Defesa do Consumidor estabelece que é direito básico do consumidor a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais e que são nulas de pleno direito as cláusulas contratuais que fixam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou que sejam incompatíveis com a boa-fé ou equidade.
TJDFT – Acórdão 1166503, 07159388620188070003, Relator: HECTOR VALVERDE, Primeira Turma Cível. Julgado em: 10/04/2019.

- **Ausência de prazo para cumprimento da obrigação (art. 39, XII)**

Deixar de estipular prazo para o cumprimento das obrigações ou fixar, sem anuência de ambas as partes, prazo inicial para sua consecução é uma prática abusiva. Por exemplo, fornecedor que não indica a data da entrega do produto adquirido pelo consumidor, ou não estipula o prazo para o conserto de eletrodomésticos deixados para reparo em sua oficina.

- **Permitir o ingresso em estabelecimentos comerciais ou de serviços de um número maior de consumidores que o fixado pela autoridade administrativa como máximo (art. 39, XIV)**

A Lei n. 13.425/17, em razão da ocorrência do incêndio na boate Kiss, que estabelece diretrizes gerais sobre medidas de prevenção e combate a incêndio e a desastres em estabelecimentos, edificações e áreas de reunião de público, repercutiu seus efeitos, também, no CDC, ao prever como prática abusiva o ingresso em estabelecimentos legais em número maior do que o permitido.

- **Cobrança de dívidas de consumidores**

Na cobrança de débitos, o consumidor inadimplente não poderá ser submetido a nenhum tipo de constrangimento ou ameaça (Art. 42). O artigo 42 do CDC deve sempre ser

interpretado em conjunto com o artigo 71, que traz sua característica penal.

Conclui-se, da leitura de ambos os dispositivos, que o direito do consumidor é violado quando: a) utiliza-se de ameaça, coação ou constrangimento, seja físico ou moral; b) empregam-se afirmações falsas, incorretas ou enganosas.

Importante ressaltar que o legislador se preocupou em deixar claro que as formas acima descritas são sempre injustificáveis e terminantemente proibidas.

O QUE DIZ O CDC:

Art. 42. Na cobrança de débitos, o consumidor inadimplente não será exposto a ridículo, nem será submetido a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça.

Parágrafo único. O consumidor cobrado em quantia indevida tem direito à repetição do indébito, por valor igual ao dobro do que pagou em excesso, acrescido de correção monetária e juros legais, salvo hipótese de engano justificável.

Art. 71. Utilizar, na cobrança de dívidas, de ameaça, coação, constrangimento físico ou moral, afirmações falsas incorretas ou enganosas ou de qualquer outro procedimento que exponha o consumidor, injustificadamente, a ridículo ou interfira com seu trabalho, descanso ou lazer:

Pena: Detenção de três meses a um ano e multa.

São inadmissíveis, portanto, os excessos como: inúmeras cartas e ligações em horários inconvenientes e o constrangimento do consumidor, por exemplo. Com efeito, o fornecedor pode cobrar o consumidor desde que não interfira em seu trabalho, descanso ou lazer, o que não significa que não poderá cobrá-lo em casa ou em seu escritório; o que se veda é o excesso: não pode o fornecedor telefonar ao chefe do consumidor informando do inadimplemento.

PROTEÇÃO CONTRATUAL E CLÁUSULAS ABUSIVAS

O legislador consumerista se preocupou em garantir o equilíbrio, a boa-fé, o dever de cooperação das partes contratantes, a lealdade e a transparência nas relações de consumo, não tolerando quaisquer abusos que coloquem o consumidor em desvantagem, diante da vulnerabilidade que os cerca.

O CDC não elencou de forma exaustiva todas as hipóteses de cláusulas abusivas, mas norteou, por meio de princípios, o ideal da conduta dos fornecedores no momento que antecede a compra, durante e no após a efetivação da compra.

Deve-se recordar da importância de se atender a função social que cerca todo e qualquer contrato (prevista nos arts. 421 do Código Civil e 170 da CF/88). Os contratos consumeristas devem assegurar os fins sociais, justiça contratual, proteção social, equilíbrio econômico e intervenção estatal, garantindo sempre a interpretação mais favorável ao consumidor (art. 47), lembrando-se que todo contrato está vinculado à oferta feita pelo fornecedor ao consumidor (art. 48).

- **Contrato de adesão**

O contrato de adesão não foi vedado pelo legislador quando da elaboração do CDC, mas, para sua aplicação, são impostas diversas regras, tanto com relação à sua apresentação quanto ao seu conteúdo, já que é um documento unilateral. Ademais, o contrato, embora bilateral, quando possuir uma margem mínima de discutibilidade por parte do aderente, de modo a torná-lo inferiorizado contratualmente, também pode ser considerado como contrato de adesão (art. 54, §1º, do CDC).

O QUE O CDC PREVÊ:
Art. 54. Contrato de adesão é aquele cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente seu conteúdo.

O contrato, elaborado pelo fornecedor ou autoridade competente, deve ser claro e adotar tamanho de fonte compreensível pelo consumidor, destacando-se as cláusulas que impõe limites aos seus direitos (art. 54, §3º). O fornecedor deve se preocupar que o consumidor entenda claramente o que está contratando sem utilizar fórmulas ou palavras de difícil compreensão para leigos, não gerando quaisquer dúvidas. Os contratos de difícil compreensão, em que não é dada a oportunidade para o consumidor compreender seu conteúdo, não os obrigam (art. 46).

JURISPRUDÊNCIA

AGRAVO INTERNO NO AGRAVO INTERNO NO RECURSO ESPECIAL. DIREITO DO CONSUMIDOR. CONTRATO DE SEGURO. VALOR DA INDENIZAÇÃO. CLÁUSULA LIMITATIVA DA COBERTURA. NÃO INCIDÊNCIA. DEVER DE INFORMAÇÃO NÃO ATENDIDO. INTELIGÊNCIA DOS ARTS. 46, 47 E 54 DA LEI 8.078/90. PRECEDENTES. AGRAVO INTERNO DESPROVIDO.

1. Nas relações de consumo**, o consumidor só se vincula às disposições contratuais em que, previamente, lhe é dada a oportunidade de prévio conhecimento**, nos termos do Código de Defesa do Consumidor.

2. A existência de **cláusula contratual excluindo a cobertura, para ser válida entre as partes, necessitaria do conhecimento prévio do segurado no momento da contratação**, o que não foi observado na espécie.

3. Agravo interno não provido.

STJ – AgInt no AgInt no REsp 1754047 / DF, Relator: Ministro RAUL ARAÚJO, Quarta Turma. Julgado em: 01/03/2021.

JURISPRUDÊNCIA

CONSUMIDOR. SEGURO HABITACIONAL INVALIDEZ PERMANENTE. DOENÇA PREEXISTENTE À CONTRATAÇÃO. EXCLUSÃO DA COBERTURA. CLÁUSULA RESTRITIVA. NÃO-INCIDÊNCIA. ARTS. 46 E 54, § 4º, DA LEI N. 8.078/90. PRECEDENTES.

I - A teor da regra inserta no art. 54, § 4º, do Código de Defesa do Consumidor, **a cláusula restritiva, contida em contrato de adesão, deve ser redigida com destaque a fim de se permitir, ao consumidor, sua imediata e fácil compreensão**.

II - Na hipótese, a cláusula de seguro relativo a contrato habitacional vinculado ao SFH, que exclui de sua cobertura a invalidez decorrente de doença anterior à contratação, não atende aos requisitos legais.

III - Recurso especial conhecido e provido.

STJ – REsp 669525 / PB, Relator: Ministro ANTÔNIO DE PÁDUA RIBEIRO, Terceira Turma. Julgado em: 19/05/2005.

Necessário lembrar que qualquer limitação ao direito do consumidor só será possível quando este for devidamente informado e o CDC assim permitir, como é o caso do art. 51, inciso I, que permite a limitação, desde que justificada, da indenização no caso de consumidor pessoa jurídica.

O QUE O CDC PREVÊ:
Art. 51. São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que:
I - impossibilitem, exonerem ou atenuem a responsabilidade do fornecedor por vícios de qualquer natureza dos produtos e serviços ou impliquem renúncia ou disposição de direitos. **Nas relações de consumo entre o fornecedor e o consumidor pessoa jurídica, a indenização poderá ser limitada, em situações justificáveis**; [...]

- **Direito de arrependimento**

O consumidor pode se arrepender de compras efetuadas fora do estabelecimento comercial (como é o caso da Internet ou catálogos e especialmente por telefone), no prazo de 7 (sete) dias do recebimento (data de entrega). A desistência não está condicionada a qualquer explicação ou motivo.

JURISPRUDÊNCIA
DIREITO AO ARREPENDIMENTO. RESPONSABILIDADE OBJETIVA. FALHA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO NÃO VERIFICADA. FATO EXCLUSIVO DO CONSUMIDOR. Os fornecedores de produtos e serviços de consumo são responsabilizados objetiva e solidariamente por eventuais danos causados aos consumidores por falha na prestação dos produtos e serviços. Outrossim, o consumidor pode desistir do contrato, no prazo de sete dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial (art. 49 do CDC). No caso concreto, o conjunto probatório demonstra que a autora desistiu livremente, por incompatibilidade de horário, do curso de maquilagem profissional, razão pela qual resta quebrado o nexo de causalidade necessário à responsabilização da empresa-demandada. Outrossim, o direito de arrependimento previsto no CDC é inaplicável ao caso dos autos, pois o curso foi contratado na sede da empresa-demandada, o que implica manutenção da sentença de improcedência dos pedidos. APELAÇÃO DESPROVIDA.
TJRS – Apelação Cível, Nº 50035062420208210005, Décima Nona Câmara Cível, Relator: Marco Antonio Angelo. Julgado em: 09/12/2022.

- **Prevenção e tratamento do superendividamento**

Com a Lei n. 14.181 de 2021 foi incluído ao CDC o Capítulo VI-A relativo à prevenção e o tratamento do superendividamento, bem como o Capítulo V relativo à conciliação no superendividamento, e teve como objetivo, após anos de pesquisa e debates, aperfeiçoar a disciplina de concessão de crédito ao consumidor. As novas disposições introduzidas pela

Lei de 2021 priorizam, portanto, a prevenção e o tratamento do superendividamento como forma de evitar a exclusão social do consumidor, conforme art. 4º, X, e art. 5º, VI (desde que as dívidas tenham sido contraídas de boa-fé – art. 54-A, §3º, do CDC), além de dispor sobre o crédito responsável e sobre a educação financeira do consumidor, nos termos do art. 4º, IX, ambos do CDC.

De acordo com o art. 54-A, §1º, do Código do Consumidor, o superendividamento se refere à impossibilidade manifesta de o consumidor pessoa natural, de boa-fé, pagar a totalidade de suas dívidas de consumo, exigíveis e vincendas, sem comprometer seu mínimo existencial, nos termos da regulamentação. As dívidas englobam quaisquer compromissos financeiros assumidos decorrentes de relação de consumo.

Além disso, de modo complementar ao dever de informação, no fornecimento de crédito e na venda a prazo, o fornecedor ou o intermediário deverá informar o consumidor, prévia e adequadamente, no momento da oferta, sobre: I) o custo efetivo total e a descrição dos elementos que o compõem; II) a taxa efetiva mensal de juros, bem como a taxa dos juros de mora e o total de encargos, de qualquer natureza, previstos para o atraso no pagamento; III) o montante das prestações e o prazo de validade da oferta, que deve ser, no mínimo, de dois dias; IV) o nome e o endereço, inclusive o eletrônico, do fornecedor; V) o direito do consumidor à liquidação antecipada e não onerosa do débito, nos termos do §2º do art. 52 do CDC e da regulamentação em vigor.

Conforme nova disposição do art. 54-D, na oferta de crédito, previamente à contratação, o fornecedor ou o intermediário deverá, entre outras condutas: I) informar e esclarecer adequadamente o consumidor, considerada sua idade, sobre a natureza e a modalidade do crédito oferecido, sobre todos os custos incidentes, observado o disposto nos arts. 52 e 54-B do CDC, e sobre as consequências genéricas e específicas do inadimplemento; II) avaliar, de forma responsável, as condições de crédito do consumidor, mediante análise das informações disponíveis em bancos de dados de proteção ao crédito, observado o disposto neste Código e na legislação sobre proteção de dados; e III) informar a identidade do agente financiador e entregar ao consumidor, ao garante e a outros coobrigados cópia do contrato de crédito.

No tocante à conciliação no caso de superendividamento, previstas no Capítulo V do CDC (art. 104-A e seguintes), o consumidor poderá requerer a instauração de processo de repactuação de dívidas, com vistas à realização de audiência conciliatória, presidida por um juiz ou por conciliador credenciado no juízo, com a presença de todos os credores de dívidas previstas no art. 54-A do Código, na qual o consumidor apresentará proposta de plano de pagamento com prazo máximo de cinco anos, preservados o mínimo existencial e as garantias e as formas de pagamento originalmente pactuadas.

Em caso de homologação de acordo, a sentença judicial deverá descrever o plano de pagamento da dívida e terá eficácia de título executivo e força de coisa julgada. O referido plano de pagamento deverá conter as seguintes informações: I) medidas de

dilação dos prazos de pagamento e de redução dos encargos da dívida ou da remuneração do fornecedor, entre outras destinadas a facilitar o pagamento da dívida; II) referência à suspensão ou à extinção das ações judiciais em curso; III) data a partir da qual será providenciada a exclusão do consumidor de bancos de dados e de cadastros de inadimplentes; e IV) condicionamento de seus efeitos à abstenção, pelo consumidor, de condutas que importem no agravamento de sua situação de superendividamento.

Em caso de insucesso na conciliação em relação a quaisquer credores, o juiz, a pedido do consumidor, instaurará processo por superendividamento para revisão e integração dos contratos e repactuação das dívidas remanescentes mediante plano judicial compulsório e procederá à citação de todos os credores cujos créditos não tenham integrado o acordo porventura celebrado (art. 104-B do CDC). Por sua vez, nos termos do art. 104-C, §1º, Em caso de conciliação administrativa para prevenir o superendividamento do consumidor pessoa natural, os órgãos públicos poderão promover, nas reclamações individuais, audiência global de conciliação com todos os credores e, em todos os casos, facilitar a elaboração de plano de pagamento, preservado o mínimo existencial, sob a supervisão desses órgãos, sem prejuízo das demais atividades de reeducação financeira cabíveis.

As ações para prevenção e tratamento do superendividamento, por sua vez, abrangem a criação de Programas de Apoio ao Superendividado e promoção de oficinas e palestras sobre educação financeira e psicológica do consumo, bem como a posterior elaboração de um plano de pagamento, sob supervisão desses órgãos.

MATERIAL COMPLEMENTAR

Para aprofundamento quanto ao tratamento da questão do superendividamento no CDC, consulte o material:

BRASIL. **Conselho Nacional de Justiça**. Cartilha sobre o tratamento do superendividamento do consumidor. 2022. Disponível em: https://www.cnj.jus.br/wp-content/uploads/2022/08/cartilha-superendividamento.pdf.

- **Cláusulas abusivas**

A característica da cláusula abusiva é objetiva, ou seja, independe de análise de intenção na conduta do fornecedor. As cláusulas abusivas são nulas de pleno direito, não produzindo quaisquer efeitos (art. 51). No entanto, deve-se ter em mente que uma cláusula abusiva, em que pese nula, não invalida necessariamente o contrato (art. 51, §2º). O efeito é negado apenas para a cláusula abusiva (princípio da conservação do contrato). Se o contrato, mesmo sem os efeitos da cláusula abusiva, continuar cumprindo sua função social e econômica, não contaminando o teor restante do seu conteúdo, este produzirá todos seus efeitos. Do contrário, o contrato será nulo.

Por ser norma de ordem pública e interesse social (art. 1º do CDC), a nulidade pode ser decretada de ofício pelo magistrado, exceto para os casos de contratos bancários (Súmula 381 STJ). Há possibilidade, ainda, de revisão contratual, nos termos do art. 6º, V, do CDC: é direito básico do consumidor "a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas".

SÚMULA 381 DO STJ

Nos contratos bancários, é vedado ao julgador conhecer, de ofício, da abusividade das cláusulas.

Em outros termos:

Embora incidente o Código de Defesa do Consumidor nos contratos bancários, não se admite a revisão, de ofício, das cláusulas contratuais consideradas abusivas.

O rol, exemplificativo, das cláusulas abusivas estipuladas pelo legislador são as seguintes:

a. **Cláusula com limitação ou exclusão do dever de indenizar**, exceto para o caso de consumidor pessoa jurídica, que poderá ter indenização limitada, em situações justificáveis (art. 51, I);

b. **Cláusula que retira do consumidor a opção de reembolso de quantia paga nos casos previstos na lei** (art. 51, II). Por exemplo, proibir que o consumidor, no caso de compra fora do estabelecimento comercial, não tenha a opção de receber seu dinheiro de volta em caso de arrependimento da compra;

c. **Cláusula que estipule a transferência de responsabilidade para terceiros** (art. 51, III);

d. **Cláusula que estabeleça desvantagem exagerada ao consumidor, ou ainda, incompatíveis com a boa-fé e/ou equidade** (art. 51, IV);

e. **Cláusula que preveja a inversão do ônus da prova de forma a prejudicar o consumidor** (art. 51, VI);

f. **Cláusula com previsão de utilização compulsória de arbitragem**. A arbitragem pressupõe que pessoas capazes podem, ao invés de se socorrer do Poder Judiciário, buscar árbitros (câmaras de arbitragem) para solucionar seus conflitos. Importante destacar que as normas que regem as relações de consumo não podem ser afastadas, ainda que com previsão no contrato, mesmo porque, só se pode ter a opção de instituições de arbitragem sobre direitos disponíveis (Lei 9.307/96), o que não é o caso do CDC. No entanto, o legislador não vedou a aplicação da arbitragem para conflitos futuros que possam surgir da execução do contrato ou posterior a ela, mas sim, vedou sua utilização compulsoriamente (art. 51, VII);

g) **Cláusula que imponha representante para realização do negócio jurídico em nome do consumidor** (art. 51, VIII), como, por exemplo, uma empresa estipular um procurador para representar o consumidor, em caso de inadimplemento, para que este busque recursos, por meio de empréstimos em nome do consumidor;

h) **Cláusula que estipule, por conta e critério exclusivo do fornecedor, a conclusão do contrato** (art. 51, IX);

i) **Cláusula que permita, ao fornecedor, a alteração unilateral dos preços, após pactuado com o consumidor** (art. 51, X) ou ainda, que **autorize o cancelamento do contrato de forma unilateral por parte do fornecedor** (art. 51, XI) bem como **autorize o fornecedor modificar unilateralmente o contrato após sua celebração** (art. 51, XIII);

j) **Cláusula que estipule o ressarcimento unilateral dos custos da cobrança** (art. 51, XII), ou seja, pré-fixar um valor ou cobrar valores a título de cobrança. Todos os valores referentes a quaisquer cobranças devem ser suportados pelo devedor. Não se pode cobrar, independente do ingresso de ação judicial de cobrança, os honorários do consumidor. Nesse sentido, é o entendimento do STJ: "É abusiva a cláusula que impõe a obrigação de pagar honorários advocatícios independentemente do ajuizamento de ação". (STJ – Resp 364.140, Rel. Min. Ruy Rosado de Aguiar. Julgado em: 18/06/2002);

k) **Cláusula que possibilita a infração ou viole normas ambientais** (art. 51, XIV);

l) **Cláusula em desacordo com o sistema de proteção ao consumidor** (art. 51, XV). Nesse inciso o legislador prevê que é abusiva qualquer cláusula em desacordo com o disposto no CDC, bem como qualquer outro código ou norma que preveja os interesses e direitos dos consumidores;

m) **Cláusula que preveja a renúncia do consumidor em receber por benfeitorias necessárias realizadas** (art. 51, XVI). As benfeitorias necessárias, ou seja, aquelas feitas a fim de conservar o bem, devem ser sempre ressarcidas ao consumidor, exceto no caso de contrato de locação predial urbana, em que se admite a renúncia (art. 35 da Lei 8.245/91). Esse, inclusive, é o entendimento externado pelo STJ na Súmula n. 335, com o seguinte teor: "Nos contratos de locação, é válida a cláusula de renúncia à indenização das benfeitorias e ao direito de retenção".

- **Financiamento**

Nos casos em que os produtos ou serviços sejam pagos mediante o fornecimento de crédito, o fornecedor deve sempre informar o preço do produto ou do serviço ofertado em moeda corrente nacional, o montante dos juros de mora e da taxa efetiva anual de juros, os acréscimos legais, o número exato e a periodicidade das prestações, bem como a soma total do produto ou serviço com ou sem o financiamento. Por exemplo, no caso de um fogão que custa R$ 800,00 à vista – com a possibilidade de ser pago em 4 parcelas – o fornecedor deverá indicar se são quatro parcelas mensais, qual o valor de cada parcela

bem como o total do fogão à prazo, indicando os juros cobrados pelo fato de ter sido parcelado o valor para pagamento.

As multas referentes ao atraso das prestações não podem ultrapassar a dois por cento dos valores da prestação de qualquer contrato consumerista. Caso o consumidor queira antecipar suas parcelas, total ou parcialmente, ele poderá assim fazer tendo, inclusive, a redução proporcional dos juros e quaisquer acréscimos referentes ao parcelamento.

Nos contratos de compra e venda de bens móveis ou imóveis em que o pagamento se dá na forma de parcelamento, é nulo de pleno direito a estipulação em favor do fornecedor de reter o bem e todas as parcelas já pagas pelo consumidor em caso de extinção do contrato, por impossibilidade de pagamento.

- **Consórcio**

Nos contratos de consórcio é possível verificar diversas pessoas com um mesmo objetivo, qual seja, adquirir algum produto durável, como carros e unidades imobiliárias. Dessa forma, todo mês os participantes do consórcio depositam os valores a fim de que, ao final, todos os consumidores do grupo tenham crédito (carta de crédito) suficiente para garantir a aquisição do bem pretendido.

Caso um consumidor se torne inadimplente, ou simplesmente queira desistir do consórcio, sempre terá direito a uma compensação dos valores depositados e das parcelas já quitadas, sendo, entretanto, descontadas as vantagens que recebeu (por exemplo, se foi sorteado e recebeu o produto desejado) e os prejuízos que sua retirada acarretar ao grupo. Assim, se por conta da retirada de um dos participantes algum consumidor não consiga adquirir o produto almejado no tempo previsto diante da desistência do outro consumidor, o consumidor retirante arcará com os prejuízos experimentados (art. 53, §2º).

O QUE O CDC PREVÊ:

Art. 53. Nos contratos de compra e venda de móveis ou imóveis mediante pagamento em prestações, bem como nas alienações fiduciárias em garantia, consideram-se nulas de pleno direito as cláusulas que estabeleçam a perda total das prestações pagas em benefício do credor que, em razão do inadimplemento, pleitear a resolução do contrato e a retomada do produto alienado. [...]

§ 2º Nos contratos do sistema de consórcio de produtos duráveis, a compensação ou a restituição das parcelas quitadas, na forma deste artigo, terá descontada, além da vantagem econômica auferida com a fruição, os prejuízos que o desistente ou inadimplente causar ao grupo.

§ 3° Os contratos de que trata o *caput* deste artigo serão expressos em moeda corrente nacional.

BANCO DE DADOS E CADASTROS DOS CONSUMIDORES

A existência do banco de dados visa assegurar e proteger a relação entre os fornecedores e consumidores. As disposições do CDC e da LGPD devem estar alinhadas, de modo a garantir a adequada coleta e tratamento dos dados do consumidor. Tanto é assim que a disciplina da proteção de dados pessoais tem como fundamento, inclusive, a defesa do consumidor.

Ainda, o CDC é claro ao estipular que o consumidor sempre terá acesso às suas informações em qualquer cadastro, ficha, registros e dados pessoais, ainda que referentes ao seu consumo bem como suas respectivas fontes.

O QUE O CDC PREVÊ:

Art. 43. O consumidor, sem prejuízo do disposto no art. 86, terá acesso às informações existentes em cadastros, fichas, registros e dados pessoais e de consumo arquivados sobre ele, bem como sobre as suas respectivas fontes.

§ 1° Os cadastros e dados de consumidores devem ser objetivos, claros, verdadeiros e em linguagem de fácil compreensão, não podendo conter informações negativas referentes a período superior a cinco anos.

§ 2° A abertura de cadastro, ficha, registro e dados pessoais e de consumo deverá ser comunicada por escrito ao consumidor, quando não solicitada por ele.

§ 3° O consumidor, sempre que encontrar inexatidão nos seus dados e cadastros, poderá exigir sua imediata correção, devendo o arquivista, no prazo de cinco dias úteis, comunicar a alteração aos eventuais destinatários das informações incorretas.

§ 4° Os bancos de dados e cadastros relativos a consumidores, os serviços de proteção ao crédito e congêneres são considerados entidades de caráter público.

§ 5° Consumada a prescrição relativa à cobrança de débitos do consumidor, não serão fornecidas, pelos respectivos Sistemas de Proteção ao Crédito, quaisquer informações que possam impedir ou dificultar novo acesso ao crédito junto aos fornecedores.

§ 6º Todas as informações de que trata o caput deste artigo devem ser disponibilizadas em formatos acessíveis, inclusive para a pessoa com deficiência, mediante solicitação do consumidor.

Quando o consumidor se encontrar inadimplente com alguma relação de consumo, é lícito ao fornecedor encaminhar seu nome aos órgãos de proteção de crédito e cadastro de inadimplentes (Serasa, Cadin, SPC e assemelhados). Porém, passado o período de cinco anos (prazo da prescrição relativa à cobrança de débitos do consumidor), ainda que o fornecedor não tenha quitado sua dívida, não é possível manter seu nome nos cadastros de maus pagadores e restrição de crédito.

Caso exista a prescrição da cobrança da dívida, não poderão ser fornecidas informações que prejudiquem ou dificultem o acesso do consumidor a novos créditos junto aos fornecedores. Aplica-se, portanto, o art. 43, §5º, do CDC. Não obstante, o consumidor tem direito ao aviso prévio antes de ser inscrito nos órgãos de proteção do crédito para, inclusive, quitar o débito e evitar quaisquer danos.

- **Reclamação fundamentada**

Com relação aos fornecedores, os órgãos públicos de defesa do consumidor manterão cadastros atualizados de reclamações fundamentadas contra fornecedores de produtos e serviços, devendo divulgá-lo pública e anualmente. A divulgação indicará se a reclamação foi atendida ou não pelo fornecedor.

Nesse caso, a reclamação é aberta pelo PROCON a partir da notícia levada pelo consumidor, e é instruída com documento comprobatório da existência de relação de consumo. A partir daí o fornecedor é notificado para se manifestar-se e para atender à solicitação do consumidor.

A reclamação fundamentada pode ser definida da seguinte forma.

DECRETO N. 2.181/1997

Art. 58, II. Reclamação fundamentada: a notícia de lesão ou ameaça a direito de consumidor analisada por órgão público de defesa do consumidor, a requerimento ou de ofício, considerada procedente, por decisão definitiva.

- **Danos morais**

A inscrição indevida não exige prova do dano, que é presumido. Se a inscrição continuar ativa mesmo depois de quitada a dívida, há responsabilização por danos morais. Mas se já tiver outra inscrição de dívida do consumidor, a segunda, ainda que indevida, não gera dano moral.

SÚMULA. ENUNCIADO 385 DO STJ:

Da anotação irregular em cadastro de proteção ao crédito, não cabe indenização por dano moral, quando preexistente legítima inscrição, ressalvado o direito ao cancelamento.

JURISPRUDÊNCIA
A jurisprudência do STJ firmou o entendimento de que, nos casos de protesto indevido de título ou inscrição irregular em cadastros de inadimplentes, o dano moral configura-se *in re ipsa*, ou seja, prescinde de prova.
STJ – AgInt no AREsp n. 1.838.091/RJ, relatora Ministra Maria Isabel Gallotti, Quarta Turma. Julgado em 29/11/2021.

JURISPRUÊNCIA
É pacífico o entendimento, tanto da doutrina quanto da jurisprudência, de que a inscrição indevida do nome do consumidor em cadastro de inadimplentes, mesmo quando for pessoa jurídica, dá azo à compensação por danos morais, que são presumidos (*in re ipsa*).
TJSC – Apelação Cível n. 0300017-19.2014.8.24.0069, de Sombrio, rel. Des. Joel Figueira Júnior, Quarta Câmara de Direito Civil. Julgado em: 19/10/2017.

- **Acesso e correção de dados e cadastro**

O consumidor, sempre que encontrar inexatidão nos seus dados e cadastros, poderá exigir sua imediata correção, cuja alteração deve ser comunicada no prazo de cinco dias úteis aos eventuais destinatários das informações incorretas. Além disso, a LGPD prevê que o titular dos dados pessoais tem o direito de peticionar em relação aos seus dados contra o controlador perante a autoridade nacional (art. 18, §8º).

É cabível Habeas Data quando se faz necessário assegurar o conhecimento de informações da pessoa interessada, constantes em registros ou bancos de dados de caráter público, bem como para retificação de dados, caso não se prefira fazer por outro meio judicial ou administrativo (CF/88, art. 5º, LXXII).

No caso de necessidade de correção de informações nos cadastros, é dever do fornecedor que os faça e um direito do consumidor. A inscrição de forma incorreta é ato ilícito e gera danos morais. Ademais, comete crime quem impede que o consumidor tenha acesso ou corrija os seus dados.

O QUE O CDC PREVÊ:
Art. 72. Impedir ou dificultar o acesso do consumidor às informações que sobre ele constem em cadastros, banco de dados, fichas e registros:
Pena Detenção de seis meses a um ano ou multa.
Art. 73. Deixar de corrigir imediatamente informação sobre consumidor constante de cadastro, banco de dados, fichas ou registros que sabe ou deveria saber ser inexata:
Pena Detenção de um a seis meses ou multa.

SISTEMA NACIONAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

SISTEMA NACIONAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR

O Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC) tem por objetivo unir entidades públicas (Ministério Público, Defensoria Pública, PROCONs e Delegacias do Consumidor) e privadas (Associações Civis) para que se realize a defesa e se concretizem os interesses dos consumidores.

Trata-se de um instrumento estabelecido no CDC para viabilizar a Política Nacional das Relações de Consumo (art. 105). Fazem parte do SNDC os órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e municipais e as entidades privadas de defesa do consumidor.

Existe também o Departamento de Proteção de Defesa do Consumidor (DPDC), órgão federal que integra o Ministério da Justiça, responsável pela coordenação do sistema (art. 106). Suas funções, meramente exemplificativas, são estabelecidas na Lei, sendo complementadas pelo artigo 3º do Decreto nº. 2.181/97.

O QUE O CDC PREVÊ:

Art. 106. O Departamento Nacional de Defesa do Consumidor, da Secretaria Nacional de Direito Econômico (MJ), ou órgão federal que venha substituí-lo, é organismo de coordenação da política do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, cabendo-lhe:

I - planejar, elaborar, propor, coordenar e executar a política nacional de proteção ao consumidor;

II - receber, analisar, avaliar e encaminhar consultas, denúncias ou sugestões apresentadas por entidades representativas ou pessoas jurídicas de direito público ou privado;

III - prestar aos consumidores orientação permanente sobre seus direitos e garantias;

IV - informar, conscientizar e motivar o consumidor através dos diferentes meios de comunicação;

V - solicitar à polícia judiciária a instauração de inquérito policial para a apreciação de delito contra os consumidores, nos termos da legislação vigente;

VI - representar ao Ministério Público competente para fins de adoção de medidas processuais no âmbito de suas atribuições;

VII - levar ao conhecimento dos órgãos competentes as infrações de ordem administrativa que violarem os interesses difusos, coletivos, ou individuais dos consumidores;

VIII - solicitar o concurso de órgãos e entidades da União, Estados, do Distrito Federal e Municípios, bem como auxiliar a fiscalização de preços, abastecimento, quantidade e segurança de bens e serviços;
IX - incentivar, inclusive com recursos financeiros e outros programas especiais, a formação de entidades de defesa do consumidor pela população e pelos órgãos públicos estaduais e municipais;
[...]
XIII - desenvolver outras atividades compatíveis com suas finalidades.
Parágrafo único. Para a consecução de seus objetivos, o Departamento Nacional de Defesa do Consumidor poderá solicitar o concurso de órgãos e entidades de notória especialização técnico-científica.

O **Ministério Público**, quanto aos direitos coletivos do consumidor, é um relevante órgão, existindo, inclusive, promotores designados exclusivamente para tratar de assuntos ligados à defesa dos direitos dos consumidores, por meio das Promotorias de Defesa do Consumidor.

Para a investigação, quando das denúncias de violação aos direitos dos consumidores, a Promotoria pode instaurar inquérito civil ou realizar diversos procedimentos para investigar a denúncia que após, se constatada qualquer lesão a direito coletivos dos consumidores (como a propaganda enganosa, por exemplo), poderá propor um Termo de Ajustamento de Conduta (TAC), estipulando multas em caso de reincidência futura do fornecedor. Se ao final das investigações for apurada lesão individual, o MP orienta o consumidor a propor ação individual ou ainda, buscar o PROCON.

A **Defensoria Pública**, por sua vez, é responsável pela defesa e orientação dos necessitados, garantindo a todos o acesso ao Poder Judiciário. Assim, propõe ações para defesa dos interesses individuais de consumidores que não possuem condições de arcar com os honorários advocatícios bem como possui legitimidade para propor ações civis públicas e, assim, atender um número maior de consumidores lesados, tutelando todos os consumidores, tanto na esfera individual quanto coletiva.

Já as **Delegacia do Consumidor** são órgãos da polícia civil que apuram, mediante inquérito policial, as infrações penais praticadas em face dos consumidores. Apenas as condutas que são definidas pela lei como Infração Penal podem ser levadas à delegacia de polícia para apuração, tendo em vista o previsto na CF/88 (art. 5º, XXXIX): “não há crime sem lei anterior que o defina, nem pena sem prévia cominação legal”.

Quanto ao **PROCON**, a sua principal função é aplicar diretamente as sanções administrativas previstas no CDC (arts. 55 a 60) aos fornecedores que descumprem as normas que tutelam o consumidor. Além de aplicar multas, o PROCON também presta serviços de esclarecimentos e oportuniza a conciliação entre fornecedores e consumidores.

O consumidor que se sente lesado, sem a necessidade de pleitear o seu direito em juízo, pode formular uma reclamação diretamente ao PROCON.

Alguns PROCONs também divulgam lista de fornecedores que deixam de cumprir o disposto na Lei consumerista, indicando se a reclamação foi ou não atendida. O PROCON, mesmo sem possuir personalidade jurídica, também pode ajuizar (art. 82, III) ação coletiva para tutelar os direitos do consumidor (difusos, coletivos e individuais homogêneos), visto no Capítulo XI.

Nada obstante, as **Associações Civis de Defesa do Consumidor** são entidades privadas e não visam lucros. São criadas por um grupo de pessoas a fim de efetivar a defesa tanto individual quanto coletiva dos consumidores, auxiliando, inclusive, na sua informação por meio de campanhas. Sua criação é incentivada pelo próprio legislador (art. 4º, II, e 5º, V).

Após um ano de constituição, podem ajuizar ações coletivas a fim de tutelar os interesses dos consumidores que tiveram seus direitos lesados de forma similar. Lembre-se que o prazo de um ano pode ser dispensado pelo juiz diante da relevância do bem tutelado (art. 82, § 1º).

SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

As sanções administrativas previstas no CDC são aplicadas por meio de procedimento administrativo, assegurando sempre a ampla defesa, podendo ser instituída, inclusive, por medida cautelar, antecedente ou incidente no processo administrativo (art. 56, parágrafo único).

Podem ser aplicadas cumulativamente (art. 56, parágrafo único) e dividem-se em:

Pecuniárias (art. 56, I): envolvem o pagamento de determinada quantia pelo fornecedor que descumpriu o estipulado no código, como é o caso da multa. A pena de multa é aplicada pela autoridade administrativa competente (no âmbito de sua atribuição), sendo graduada conforme a gravidade da infração cometida pelo fornecedor. Para sua aplicação é analisada: a (i) gravidade da infração, (ii) a vantagem auferida e (iii) condição econômica do fornecedor. Não obstante, a aplicação da multa deve respeitar os princípios da proporcionalidade e razoabilidade, em valor compatível com a gravidade das infrações cometidas.

Os valores pagos a título de multa quando cabíveis à União são revertidos em benefício ao Fundo previsto pela Lei de Ação Civil Pública (Lei 7.347/1985) e se no âmbito Estadual ou municipal, para os fundos estaduais ou municipais de proteção ao consumidor. Ademais, a multa deve ser instituída em montante nunca inferior a duzentas e não superior a três milhões de vezes o valor da Unidade Fiscal de Referência (UFIR), ou índice equivalente que venha a substituí-lo.

b) **Objetivas (art. 56, II, III, IV, V e VI)**: são aplicadas quando constatado algum vício relacionado à quantidade ou qualidade dos produtos. Nesse caso a sanção envolve os

produtos e/ou serviços, e consiste na apreensão, inutilização, cassação do registro junto aos órgãos competentes ou a proibição de sua fabricação.

c) **Subjetivas (art. 56, VII, VIII, IX, X, XI, XII)**: são aquelas sanções que incidem quando o fornecedor for reincidente na prática de infrações com maior gravidade. Atingem, portanto, diretamente a atividade dos fornecedores de produtos e serviços envolvendo a suspensão temporária da atividade, revogação de concessão ou permissão de uso, cassação de licença do estabelecimento ou da atividade, interdição (total ou parcial) do estabelecimento, da obra ou da atividade, intervenção administrativa, aplicada sempre que não for possível a cassação de licença (art. 59, §2º), a interdição ou suspensão da atividade) e a imposição de contrapropaganda. Importante sempre ressaltar que se está pendente a ação judicial em que se discute a imposição de penalidade administrativa, não haverá reincidência até o trânsito em julgado da sentença (art. 59, §3º).

JURISPRUDÊNCIA

APELAÇÃO CÍVEL. DIREITO PÚBLICO NÃO ESPECIFICADO. AÇÃO ANULATÓRIA. PROCON. MUNICÍPIO DE CANOAS. MULTA POR INFRAÇÃO AO CDC. APLICAÇÃO DE MULTA DECORRENTE DE VÍCIO EM VEÍCULO AUTOMOTOR. CERCEAMENTO DE DEFESA. CARACTERIZAÇÃO. INDEFERIMENTO DE PERÍCIA NA ESFERA ADMINISTRATIVA. UTILIZAÇÃO DE COMBUSTÍVEL DE MÁ QUALIDADE QUE RESTOU COMPROVADO POR PERÍCIA TÉCNICA REALIZADA EM AÇÃO INDENIZATÓRIA. PROVA EMPRESTADA. EFEITOS POSITIVOS DA COISA JULGADA. - **Deve ser anulada a sanção administrativa por infração das normas de defesa do consumidor (art. 57 do CDC), aplicada pelo PROCON Municipal, quando comprovada, na ação indenizatória ajuizada pelo consumidor em face do fornecedor, a inexistência do vício que motivou o processo administrativo sancionador**. [...]

TJRS – Apelação / Remessa Necessária, Nº 50011092720138210008, Vigésima Segunda Câmara Cível, Relator: Marilene Bonzanini. Julgado em: 09/02/2023.

Ademais, no processo administrativo aberto pelo PROCON deve ser assegurado às partes o previsto no art. 5º, inciso LV, da CF: aos litigantes, em processo judicial ou administrativo, e aos acusados em geral são assegurados o contraditório e ampla defesa, com os meios e recursos a ela inerentes.

SANÇÕES PENAIS

O legislador consumerista criminalizou 11 condutas que, se cometidas pelos fornecedores contra os consumidores, inserindo de forma irregular no mercado de consumo produtos e serviços, geram sanções. A intenção da lei ao tipificar tais condutas foi no sentido de garantir que as normas estabelecidas para tutelar o consumidor sejam cumpridas, sob pena, inclusive, de restrição da liberdade de fornecedores que não cumprem com os preceitos legais.

Importante lembrar que um comportamento ilícito do fornecedor pode gerar sanções na esfera civil, administrativa e criminal, cumulativamente, visto que são esferas independentes. Por exemplo, um fornecedor que omite dizeres ou sinais sobre a nocividade de determinado produto em sua embalagem por negligência, ao cometer o ilícito, poderá sofrer uma sanção penal estipulada no CDC (art. 63, § 2º), incorrendo na pena de detenção de um a seis meses, bem como, no caso dessa infração às normas consumeristas causar algum dano ao consumidor, sofrer uma penalidade na esfera civil, como uma indenização por danos materiais e morais e, ainda, sofrer uma sanção administrativa, como a imposição de multa (art. 56, I).

As infrações penais estipuladas pela lei consumerista são especificadas, ou seja, estão relacionadas diretamente com a defesa das relações de consumo e em harmonia com o estabelecido em outras normas, tendo como objetivo a punição de atitudes tomadas por fornecedores de bens e de produtos consideradas graves, sendo insuficiente apenas a penalização nas esferas civil e administrativa bem como a prevenção de novas afrontas aos consumidores, garantindo uma maior efetividade das normas estipuladas no CDC e outras normas que regem as relações de consumo.

Vale lembrar que o CDC não é a única norma incidente nas relações de consumo que prevê infrações penais aos fornecedores, sendo aplicáveis outras leis, como aquela que prevê crimes contra a economia popular (Lei 1.521/51) ou a lei que define os delitos contra a ordem econômica (Lei 8.137/90), assim como o Código Penal que tipifica como criminosa qualquer fraude ao comércio, falsificações de substâncias ou produtos alimentícios ou substâncias nocivas à saúde (arts. 175, 272, 275, 277 e 278), por exemplo.

A seguir são apresentadas as infrações penais previstas no CDC.

- **Omitir dizeres ou sinais ostensivos sobre a nocividade ou periculosidade de produtos, nas embalagens, nos invólucros, recipientes ou publicidade (art. 63)**

A primeira conduta tipificada no CDC como crime contra as relações de consumo é a omissão de dizeres ou sinais ostensivos sobre a nocividade ou periculosidade de produtos e serviços (art. 63). Os produtos de que trata esse artigo são aqueles que trazem certo perigo, como inflamáveis, por exemplo. É essencial que, nesses casos, o consumidor seja

devidamente alertado, a fim de que seja informado sobre os riscos a que se expõe, e tomar as devidas precauções no seu manuseio, tutelando-se assim, a sua vida, saúde e o direito de informação sobre os perigos dos bens e serviços que adquire.

O sujeito ativo é o fornecedor que deixa de informar sobre os perigos dos produtos e serviços ao sujeito passivo, sendo esse o consumidor e à coletividade exposta a tal conduta ilícita, bem como os consumidores por equiparação (aqueles que sofreram algum dano em decorrência da conduta do fornecedor).

Basta a omissão do fornecedor, deixando de informar os consumidores sobre a periculosidade de seu produto ou serviço. Não é necessário qualquer resultado que atinja diretamente o consumidor. Cabe o dolo ou culpa nesse tipo (art. 63, § 2º), não sendo possível a tentativa por se tratar de um crime omissivo. No caso de dolo, a pena consiste em detenção de seis meses a dois anos e multa. Se culposo, detenção de um a seis meses ou multa.

- **Deixar de comunicar à autoridade competente e aos consumidores a nocividade ou periculosidade de produtos cujo conhecimento seja posterior à sua colocação no mercado (art. 64)**

O CDC também descreve como crime deixar de comunicar à autoridade competente e aos consumidores a nocividade ou periculosidade de produtos cujo conhecimento seja posterior à sua colocação no mercado. Ou seja, em um primeiro momento, o fornecedor não sabe acerca dos perigos de seus produtos ou serviços colocados no mercado de consumo, mas, quando toma conhecimento, tem a obrigação de informar sob pena de uma sanção penal.

Importante destacar que incorre nas mesmas penas aquele que deixa de retirar do mercado os produtos ou serviços nocivos e perigosos, imediatamente, quando determinado pela autoridade pública (art. 64, parágrafo único). Ao saber dos riscos que seus produtos e serviços podem causar, os fornecedores devem comunicar o Poder Público, a fim de que tome as medidas necessárias, como a retirada do mercado de consumo, bem como alcançar os consumidores a fim de informá-los, tutelando, dessa forma, a vida, saúde e o direito de informação dos consumidores que devem ser informados sobre os perigos dos bens e serviços que adquiriram e posteriormente foram detectados.

O sujeito ativo é o fornecedor que deixa de notificar e informar sobre a nocividade adquirida do produto ou do serviço, sendo o sujeito passivo o consumidor, englobando toda coletividade de consumidores, inclusive o consumidor por equiparação. Igualmente, nesse caso, basta a omissão em informar e notificar aos consumidores e à autoridade competente, não sendo necessário o dano efetivo ao consumidor diante de qualquer ação do fornecedor.

Nesse tipo legal cabe apenas dolo, não existindo a modalidade culposa do crime,

não sendo possível a tentativa por se tratar de um crime omissivo. A pena, por sua vez, é de detenção de seis meses a dois anos e multa.

- **Executar serviço de alto grau de periculosidade, contrariando determinação de autoridade competente (art. 65)**

Aquele que contraria autoridade competente, executando serviço altamente perigoso comete um ilícito estipulado na legislação consumerista (art. 65). Percebe-se que a determinação requer complementação pela autoridade competente a fim de estipular as especificações para execução de determinados serviços. Importante destacar que as penas previstas no CDC não prejudicam a aplicação do Código Penal no que concerne as sanções para lesão corporal e morte. Tutela-se, portanto, o direito à vida do consumidor, bem como sua saúde e segurança, protegendo-o de serviços que apresentam um grau alto de periculosidade, ou seja, aqueles que exigem maior cuidado e equipamentos especializados para a atividade.

O sujeito ativo é o prestador de serviços que contraria a norma da autoridade competente, sendo sujeito passivo todos os consumidores expostos ao risco produzido, inclusive o consumidor por equiparação que vier a sofrer qualquer dano diante da execução do serviço em desacordo com a determinação do Poder Público.

Basta a consumação da conduta, ou seja, que o prestador de serviço execute a atividade em desacordo com a determinação da autoridade competente, não sendo necessário o dano efetivo ao consumidor. Nesse tipo legal cabe apenas dolo, não existindo a modalidade culposa do crime, sendo possível a tentativa visto que o crime se consuma quando do início da atividade prestada pelo fornecedor. A pena é de detenção de seis meses a dois anos e multa.

- **Fazer afirmação falsa ou enganosa, ou omitir informação relevante sobre a natureza, característica, qualidade, quantidade, segurança, desempenho, durabilidade, preço ou garantia de produtos ou serviços (art. 66)**

O CDC tipifica como conduta ilícita fazer afirmação falsa ou enganosa, ou omitir informação relevante sobre produtos e serviços (natureza, característica, qualidade, quantidade, segurança, desempenho, durabilidade, preço e garantia). Tutela-se, nesse tipo, o direito à informação, que deve ser clara, verdadeira e objetiva alertando os consumidores acerca de todos os dados que envolvem os produtos e serviços disponibilizados no mercado de consumo.

O sujeito ativo é o fornecedor que faz veicular a oferta aos consumidores bem como o patrocinador da oferta (art. 66, § 1º). O sujeito passivo é todo consumidor exposto à informação errônea sobre produtos e serviços veiculados pelo fornecedor.

Para o resultado basta a conduta, ou seja, basta que exista a divulgação da

informação falaciosa, não sendo necessário o dano efetivo ao consumidor. Nesse tipo legal cabe o dolo, existindo a modalidade culposa do crime (art. 66, § 2º). Como se trata de crime que se consuma quando o fornecedor afirma dado falso ou enganoso, ou quando é feito o patrocínio, admite a tentativa na sua modalidade comissiva, não sendo possível a tentativa nos casos em que há omissão de informação. A pena é de detenção de três meses a um ano e multa, e para modalidade culposa detenção de um a seis meses ou multa.

- **Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva (art. 67) e fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa a sua saúde ou segurança (art. 68)**

Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva também é tipificada como conduta ilícita pelo legislador consumerista. Pode ser considerada enganosa ou abusiva uma publicidade discriminatória (por exemplo, aquelas relativas à cor, sexo, raça, religião), que incite um comportamento prejudicial à saúde dos consumidores, que leve o consumidor a cometer atos contrários à proteção do meio ambiente ou ainda, que explore a ingenuidade das crianças.

Ainda, o legislador estipulou ser crime fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa a sua saúde e segurança. Tutela-se, novamente, o direito à informação clara e verídica, que não induza o consumidor a erro nem que se comporte de forma prejudicial ao meio ambiente e sua saúde.

O sujeito ativo é o fornecedor que contrata quem produz e veicula suas ofertas sobre produtos e serviços aos consumidores, bem como o publicitário que produz o anúncio e os responsáveis por sua veiculação. O sujeito passivo é todo consumidor exposto às ofertas sobre produtos e serviços veiculados.

Para o resultado basta a conduta, caracterizada pela veiculação da publicidade enganosa ou abusiva, ou capaz de induzir um comportamento prejudicial ao consumidor, não sendo necessário que o consumidor adquira os produtos ou serviços ou um efetivo dano.

Nesses dois tipos legais cabem o dolo (tanto direto quanto o dolo eventual, diante da redação do artigo pelo legislador: “deveria saber”), não existindo a modalidade culposa do crime. Como se trata de crime que se consuma quando é feita ou promovida a publicidade, admite a tentativa na sua modalidade comissiva. A pena é de detenção de três meses a um ano e multa (art. 67) e detenção de seis meses a dois anos e multa (art. 68).

- **Deixar de organizar dados fáticos, técnicos e científicos que dão base à publicidade (art. 69)**

Deixar de organizar dados fáticos, técnicos e científicos que dão base à publicidade também é um ilícito pois deve-se garantir ao consumidor o direito à exatidão das informações prestadas pelos fornecedores. Vale lembrar que segredo industrial não é necessário divulgar, salvo determinação judicial. O sujeito ativo é o fornecedor que deve manter todos os seus dados quando da veiculação ao consumidor exposto à publicidade, que é o sujeito passivo.

O crime é cometido quando os dados deixam de ser organizados e guardados. Nessa modalidade cabe apenas o dolo do fornecedor em deixar de organizar os dados necessários, não cabendo a tentativa por ser um crime omissivo e a pena é de detenção de um a seis meses ou multa.

- **Empregar na reparação de produtos, peça ou componentes de reposição usados, sem autorização do consumidor (art. 70)**

Empregar, não autorizado previamente pelo consumidor, componentes de reposição usados é tipificado como crime do fornecedor, que deixa de agir com transparência na prestação do serviço.

O sujeito ativo é o fornecedor que utiliza produtos usados sem prévia autorização do consumidor, sendo o sujeito passivo o consumidor lesado. Nesse caso, o crime ocorre quando do uso pelo fornecedor do produto sem a autorização do consumidor, sendo possível a tentativa.

Não existe a previsão legal de crime culposo para essa modalidade, cabendo apenas o dolo do fornecedor. A pena é de detenção de três meses a um ano e multa.

- **Utilizar, na cobrança de dívidas, de ameaça, coação, constrangimento físico ou moral, afirmações falsas incorretas ou enganosas ou de qualquer outro procedimento que exponha o consumidor, injustificadamente, a ridículo ou interfira com seu trabalho, descanso ou lazer (art. 71)**

Cobrar dívida de modo a constranger o consumidor também é crime, protegendo-se assim sua honra e dignidade. O sujeito é o fornecer ou seu preposto (pessoa por ele contratada) que exponha o consumidor, sujeito passivo. O crime ocorre quando o consumidor é humilhado ou exposto ao vexame.

Não é possível fracionar o crime, não cabendo, ainda, a tentativa. Não há previsão de modalidade culposa, cabendo apenas o dolo do fornecedor ou da pessoa que efetua a cobrança de modo a envergonhar o consumidor. A pena é de detenção de três meses a um ano ou multa.

- **Impedir ou dificultar o acesso do consumidor às informações que sobre ele constem em cadastros, banco de dados, fichas e registros (art. 72)**

Constitui ilícito impedir que o consumidor tenha acesso às informações a seu respeito constantes em banco de dados e cadastros bem como fichas e registros. Busca-se garantir ao consumidor o acesso aos seus dados.

O sujeito ativo é aquele que detém a informação do consumidor e tenha o dever de prestá-las, como fornecedores e as entidades que detém informações sobre consumidores (por exemplo, SERASA) e, ao ser solicitado, negam o acesso às informações. O sujeito passivo é o consumidor que tem negada a prestação de informação sobre seus dados.

O crime ocorre quando o acesso às informações é negado. Nesse tipo penal consumerista cabe apenas o dolo, não sendo possível a penalização por culpa diante da ausência de previsão legal. A pena é de detenção de seis meses a um ano ou multa.

- **Deixar de corrigir imediatamente informação sobre consumidor constante de cadastro, banco de dados, fichas ou registros que sabe ou deveria saber ser inexata (art. 73)**

Deixar de corrigir os dados dos consumidores que sabe ou deveria saber serem inexatas é crime, cujo fundamento é o de garantir ao consumidor que as informações sobre ele sempre estejam atualizadas e de acordo com a verdade dos fatos nos bancos de dados e cadastros.

O sujeito ativo é o arquivista responsável sendo sujeitos passivos os consumidores lesados pela inexatidão das informações a seu respeito. O crime ocorre quando o responsável por alterar as informações que sabe serem necessárias ou deveria saber não as faz.

Nesse tipo de infração cabe o dolo (tanto direto quanto o dolo eventual, diante da redação do artigo pelo legislador: “deveria saber”), não existindo a modalidade culposa do crime. Não cabe a tentativa por ser um crime de omissão. A pena é de detenção de um a seis meses ou multa.

- **Deixar de entregar ao consumidor o termo de garantia adequadamente preenchido e com especificação clara de seu conteúdo (art. 74)**

O último crime tipificado pelo legislador consumerista se refere ao fato de o fornecedor deixar de entregar ao consumidor o termo de garantia devidamente preenchido. O sujeito ativo é o fornecedor que deixa de entregar a garantia ao consumidor, que é o sujeito passivo.

O crime ocorre quando da omissão do fornecedor em entregar a garantia ou não a preenche adequadamente. Nesse tipo penal cabe o dolo, não existindo a previsão legal para a modalidade culposa. A pena é de detenção de um a seis meses ou multa.

- **Concurso de pessoas**

Aquele que concorre nos crimes estabelecidos no CDC incide nas penas

estabelecidas pelos artigos na medida de sua culpabilidade (art. 75). Como a pessoa jurídica não pode cumprir a pena estabelecida no CDC, como a pena de detenção, podem concorrer nos crimes previstos o seu diretor, administrador ou ainda, gerente que promover, permitir ou aprovar o fornecimento, oferta, exposição à venda ou manutenção em depósito de produtos ou a oferta de serviços nas condições proibidas.

- **Circunstâncias agravantes**

Agravam a pena infrações cometidas em época de grave crise econômica ou por ocasião de calamidade (art. 76, I), que ocasionaram grave dano individual ou coletivo (art. 76, II) ou ainda, que dissimulem a natureza ilícita do procedimento (art. 76, III), como mensagem publicitária subliminar, cometidos por servidor público, ou pessoa cuja condição econômica – social seja manifestamente superior à da vítima (art. 76, IV, a), cometidos em detrimento de operário ou rurícola, pessoas menores de 18 anos ou maiores de 60 anos ou de pessoas portadoras de deficiência mental, interditadas ou não (art. 76, IV, b), e ainda, crimes praticados em ação que envolvam alimentos, medicamentos ou quaisquer outros produtos ou serviços essenciais (art. 76, V).

Para aplicação da pena pecuniária será observada sua fixação em dias-multa, correspondente ao mínimo e ao máximo de dias de duração da pena, considerando o disposto no art. 60, § 1º do CP, em que se estipula que para sua fixação o magistrado deverá observar em especial a situação econômica do acusado, podendo ser aumentado até o seu triplo, caso o valor seja ineficaz diante da situação do réu, ainda que aplicada ao máximo.

- **Demais disposições**

Além das penas previstas no CDC (privativas de liberdade e pecuniárias), o magistrado pode impor cumulativamente ou alternadamente: a interdição temporária de direitos como: proibição de frequentar determinados lugares (art. 47 do CP), prestações de serviços à comunidade e, ainda, a publicação em órgãos de comunicação ou audiência, sendo as custas arcadas pelo condenado, sobre os fatos e a condenação.

A fiança, por sua vez, prevista no art. 79, é fixada pelo juiz, ou pela autoridade que presidir o inquérito, podendo, analisada a situação econômica do fornecedor que cometeu o crime, ser reduzida até a metade do seu valor mínimo ou aumentada em até 20 (vinte) vezes (art. 79, parágrafo único).

No caso de ação penal subsidiária, o legitimado pode intervir como assistente do Ministério Público. Se a denúncia não for oferecida no prazo legal, é facultado aos legitimados proporem ação penal subsidiária.

Nesse caso, são legitimados: o Ministério Público, a União, os Estados, os Municípios e o Distrito Federal, órgãos da administração pública direta ou indireta (ainda que sem

personalidade jurídica) destinados à defesa dos interesses e direitos protegidos pelo CDC e associações que protegem os direitos e interesses dos consumidores constituídas há pelo menos 1 ano, sendo que o prazo pode ser dispensado pelo juiz analisando-se o interesse social, nos termos do art. 82 e incisos, do CDC.

DEFESA DO CONSUMIDOR EM JUÍZO

O consumidor pode ingressar com ação individual, sendo possibilitado também a ingressar com ação coletiva para a defesa de seus interesses (art. 81). No caso das ações coletivas, não há necessidade de adiantamento ou pagamento de custas, emolumentos ou honorários de perito (art. 87) ou condenação em honorários advocatícios, custas e despesas processuais, salvo se comprovada a má-fé da entidade que representa os consumidores. Nesse último caso, ocorrendo a litigância de má-fé, a associação autora e seus diretores serão condenados solidariamente em honorários advocatícios ao décuplo das custas, mais perdas e danos.

Aplica-se o CPC, subsidiariamente, nos casos que envolvam consumidores. Ou seja, caso não haja previsão no CDC, aplica-se o CPC às relações de consumo. Nas ações coletivas, utiliza-se, de forma subsidiária a Lei n. 7.347/85 (Lei da Ação Civil Pública), inclusive no que diz respeito ao inquérito civil (art. 91).

O CDC divide os direitos coletivos em:

a) **direitos difusos (art. 81, parágrafo único, I)**: que são aqueles que possuem natureza indivisível, ou seja, é impossível fracionar porque todos estão em uma situação idêntica e indissociável, sendo que a defesa de um dos titulares do direito implica na defesa de todos, com titulares indeterminados, ligados por uma circunstância de fato. Por exemplo, moradores de um mesmo bairro que exigem seus direitos acerca da qualidade do meio ambiente prejudicado pela fabricação de determinado produto em suas proximidades;

b) **direitos coletivos (art. 81, parágrafo único, II)**: em que o titular é um grupo, categoria ou classe de pessoas ligadas por uma relação jurídica base. Os sujeitos aqui são determinados ou determináveis. A relação jurídica base pode nascer da lei ou de contrato. Por exemplo: declaração de nulidade de cláusula contratual de contrato de plano de saúde, ou ainda, alunos de uma escola particular que não está prestando seus serviços de forma satisfatória aos consumidores.

c) **direitos individuais homogêneos (art. 81, parágrafo único, III)**: com titulares que experimentam prejuízos em comum. Por exemplo: compradores de determinado veículo que apresentava defeitos de série. Os sujeitos, nesse caso, são sempre determinados e a reparação pelos danos será divisível, podendo variar entre os integrantes, ou seja, aquele que adquiriu um carro receberá a indenização relativa ao prejuízo sofrido de um veículo, o que adquiriu dois, receberá proporcionalmente à sua aquisição, e assim por diante. Para justificar o caráter coletivo da ação há necessidade de apresentar conteúdo social relevante. Nesse caso, são acidentalmente coletivos.

Importante destacar que não cabem as demandas sobre direitos ou interesses difusos, coletivos ou individuais homogêneos nos Juizados Especiais Cíveis, conforme consta da Lei n. 10.259/01, em seu art. 3°, § 1º, I.

LEI N. 10.259/01
Art. 3º Compete ao Juizado Especial Federal Cível processar, conciliar e julgar causas de competência da Justiça Federal até o valor de sessenta salários-mínimos, bem como executar as suas sentenças.
§ 1º Não se incluem na competência do Juizado Especial Cível as causas:
I – [...] e as demandas sobre direitos ou interesses difusos, coletivos ou individuais homogêneos.

Para o legislador consumerista, a legitimidade para ingressar com ação coletiva em prol dos consumidores lesados é concorrente entre o Ministério Público, União, Estados, Distrito Federal e Municípios, órgãos da Administração Pública direta ou indireta e Associações de defesas dos interesses dos consumidores (art. 82). Ademais, necessário lembrar que, segundo a legislação (art. 6º, CPC), ninguém poderá pleitear, em nome próprio, direito alheio, salvo quando autorizado por lei.

- **Competência**

Ministério Público: nos casos de direito individual homogêneo, o MP é legítimo para ingressar com ação quando existir interesse social. Nas ações coletivas em que o MP não for parte, deverá sempre atuar como fiscal da lei (art. 92).

Associações de defesas dos interesses dos consumidores: para que possam ingressar com ação coletiva em favor dos consumidores, devem ser constituídas há pelo menos um ano. Tal requisito pode ser dispensado pelo juiz quando houver interesse social (art. 82, § 1º).

Competência em razão da matéria: quando a demanda envolver a União, Autarquia ou Empresa Pública Federal (seja como parte autora, ré, assistentes ou oponentes), a competência para julgar e processar a ação será da Justiça Federal (art. 109, CF/88). Nos demais casos, caberá à Justiça Comum o julgamento da ação coletiva.

Competência em razão do local do dano (art. 93): o litígio deve sempre ser processado no local do dano. Se o dano em face dos consumidores foi de extensão nacional, ou envolveu mais de um Estado da federação, a competência para julgamento e processamento da ação será do Distrito Federal; se o dano foi regional, envolvendo mais de uma cidade do mesmo Estado, a competência para julgar a demanda será da Capital do Estado em que ocorreu o dano ou ainda no Distrito Federal; por outro lado, se o dano foi local, em apenas uma cidade de determinado Estado, a competência para julgar e processar a ação será da comarca daquela cidade. Por sua vez, na ação de responsabilidade civil que envolva fornecedores de produtos e serviços, a ação poderá ser proposta no domicílio do autor (art. 101, I).

- **Do pedido**

O pedido da ação coletiva pode ter natureza condenatória, em que se busca a declaração e um comando a ser cumprido; constitutiva, em que, além da declaração, pode criar ou modificar um direito; ou ainda, declaratória, em que se declara a existência ou inexistência de uma relação jurídica. Na hipótese de pedido condenatório, a sentença de procedência fixará a responsabilidade do réu. Quando da execução da sentença, serão apurados os danos sofridos.

Quando for proposta a ação coletiva para a defesa de interesses individuais homogêneos, será publicado edital no órgão oficial, a fim de que os interessados possam intervir (litisconsortes), existindo, ainda, a divulgação pelos meios de comunicação social por parte dos órgãos de defesa do consumidor (art. 94).

- **Liquidação e execução de sentença**

A liquidação e execução da sentença poderão ser promovidas pelas vítimas, seus sucessores ou ainda os legitimados (art. 82). Para o início da execução coletiva pelos legitimados, basta a extração da certidão das sentenças de liquidação, frise-se: com ou sem trânsito em julgado. Na liquidação, as vítimas deverão demonstrar a extensão dos danos sofridos, ainda que se trate de execução coletiva.

A execução poderá ser coletiva, abrangendo as vítimas que já tiveram suas indenizações fixadas em sentença de liquidação, podendo existir o ajuizamento de outras execuções (art. 98). No caso de liquidação e execução individual, "é possível o ajuizamento no foro do domicílio do consumidor de liquidação e execução individual de sentença proferida em ação civil pública, pois, caso todas as execuções individuais de ações coletivas para defesa de direitos individuais homogêneos de consumidores, que comportam, por vezes, milhares de consumidores prejudicados, tivessem de ser propostas no mesmo juízo em que proferida a sentença transitada em julgado, inviabilizar-se-ia o trabalho desse foro, com manifesto prejuízo à administração da justiça" (Resp. 1243887/PR, Corte Especial, DJe 12/12/2011).

- **Concurso de créditos**

Havendo concurso de créditos, ou seja, existência de ação individual e ação prevista na Lei de Ação Civil Pública, com o mesmo objeto, haverá preferência de crédito individual sobre o crédito coletivo (art. 99).

Nas ações executadas coletivamente, os valores reverterão para o "fundo de reparação" (conforme dispõe a Lei de Ação Civil Pública) e serão usados para campanhas educativas, científicas, de prevenção e modernização dos órgãos de defesa dos direitos dos consumidores.

Nas ações que envolvam direitos individuais homogêneos, os valores serão

revertidos em favor dos indivíduos lesados. O saldo remanescente é revertido ao fundo de que trata o artigo 13 da Lei de Ação Civil Pública: “Havendo condenação em dinheiro, a indenização pelo dano causado reverterá a um fundo gerido por um Conselho Federal ou por Conselhos Estaduais de que participarão necessariamente o Ministério Público e representantes da comunidade, sendo seus recursos destinados a reconstituição dos bens lesados”.

- **Denunciação à lide**

O CDC veda a denunciação à lide (art. 88), no entanto, permite o chamamento ao processo da seguradora que o réu houver contratado seguro de responsabilidade. Nesse caso, haverá a responsabilidade solidária entre o fornecedor réu e a seguradora, trazendo ao consumidor maior garantia quanto ao ressarcimento dos prejuízos sofridos (art. 101, II).

- **Coisa julgada**

Os efeitos da coisa julgada nas ações coletivas nunca prejudicarão interesses e direitos individuais. Ressalta-se que não se aplicam as regras do CPC para a coisa julgada nas ações coletivas.

A sentença de improcedência por ausência de provas nas ações de interesses difusos e coletivos não terá eficácia *erga omnes* ou ultra partes e permite a propositura de nova ação coletiva. Já a sentença de improcedência por outro motivo terá eficácia erga omnes ou ultra partes e inibe nova ação coletiva. Se procedente, seus efeitos são *erga omnes*. Nas ações defendendo direitos individuais homogêneos, se procedente gera efeitos *erga omnes*, apenas quando for procedente o pedido para beneficiar todas as vítimas, sendo sem eficácia se improcedente. Importante ressaltar que sempre que o indivíduo for admitido como litisconsorte, a decisão favorável ou desfavorável irá atingi-lo.

- **Obrigação de fazer e não fazer (art. 84)**

O legislador consumerista previu que o juiz poderá determinar providências que assegurem resultados práticos que tenham o mesmo valor do que o adimplemento da obrigação face ao consumidor nos casos de obrigação de fazer e não fazer. Ou seja, o juiz pode impor condições que tragam o resultado pretendido pelo consumidor, em que pese de modo diverso do que fora requerido.

Para isto, basta que o fundamento da demanda seja relevante e exista um receio justificado de ineficácia do provimento ao final da ação (art. 84. § 3º), podendo o magistrado, inclusive, determinar busca e apreensão, remoção de coisas e pessoas, desfazimento de obra, impedimento de atividade nociva, além de reforço policial (art. 84. § 5º).

- **Convenção Coletiva de Consumo**

O legislador consumerista estipulou que as entidades civis de consumidores e as associações de fornecedores ou sindicatos de categoria econômica podem regular, por convenção escrita, relações de consumo que tenham por objeto estabelecer condições relativas ao preço, à qualidade, à quantidade, à garantia e características de produtos e serviços, bem como à reclamação e composição de conflitos.

Esse rol estipulado pelo legislador é um rol meramente exemplificativo, obrigando apenas seus signatários desde o registro (no cartório de títulos e documentos) não eximindo os fornecedores que posteriormente se desligarem da entidade em data posterior ao registro (art. 107, § 1º, § 2º, § 3º).

REFERÊNCIAS

BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2007.

BRASIL. **Conselho Nacional de Justiça**. Cartilha sobre o tratamento do superendividamento do consumidor. 2022. Disponível em: https://www.cnj.jus.br/wp-content/uploads/2022/08/cartilha-superendividamento.pdf.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. 1988.

BRASIL. **Lei n. 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Código Civil.

BRASIL. **Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor.

BRASIL. Ministério da Justiça. Escola Nacional de Defesa do Consumidor. **Manual de Direito do Consumidor**. 3. ed. Brasília, 2010.

FERREIRA, Ana Amelia Menna Barreto de Casto. Proteção do consumidor no comércio eletrônico sob a ótica da teoria da confiança. **Revista da EMERJ**, v. 11, n. 42, 2008. Disponível em: https://www.emerj.tjrj.jus.br/revistaemerj_online/edicoes/revista42/Revista42_160.pdf.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do Consumidor**: direito material e processual. Volume único. 10. ed. Rio de Janeiro: Forense, Método, 2021.

VARGAS, Mariana. Dark Patterns nas aplicações que usamos todos os dias. **Medium**. 29/07/2021. Disponível em: https://brasil.uxdesign.cc/dark-patterns-nas-aplicacoes-que-usamos-todos-os-dias-f7a17f3afd85.

(autora do livro)

TÁSSIA TEIXEIRA DE FREITAS BIANCO ERBANO CAVALLI

Doutora e Mestre em direito econômico e socioambiental pela PUCPR. Advogada (desde 2008) e professora universitária (graduação e pós graduação desde 2010). Membro da comissão direito do consumidor OABPR (Curitiba - desde 2011). Autora de livros e artigos.

ARIÊ SCHERREIER FERNEDA (REVISORA)

Doutoranda e Mestre em Direito pela Universidade Federal de Santa Catarina. Especialista em Direito Constitucional pela ABDConst. Membro do Grupo de Estudos em Direito Público (CCJ/PPGD/UFSC). Membro da Comissão de Estudos sobre Giverno Digital do IBDA. Advogada.

(autora do livro)

TÁSSIA TEIXEIRA DE FREITAS BIANCO ERBANO CAVALLI

Doutora e Mestre em direito econômico e socioambiental pela PUCPR. Advogada (desde 2008) e professora universitária (graduação e pós graduação desde 2010). Membro da comissão direito do consumidor OABPR (Curitiba - desde 2011). Autora de livros e artigos.

ARIÊ SCHERREIER FERNEDA (REVISORA)

Doutoranda e Mestre em Direito pela Universidade Federal de Santa Catarina. Especialista em Direito Constitucional pela ABDConst. Membro do Grupo de Estudos em Direito Público (CCJ/PPGD/UFSC). Membro da Comissão de Estudos sobre Giverno Digital do IBDA. Advogada.